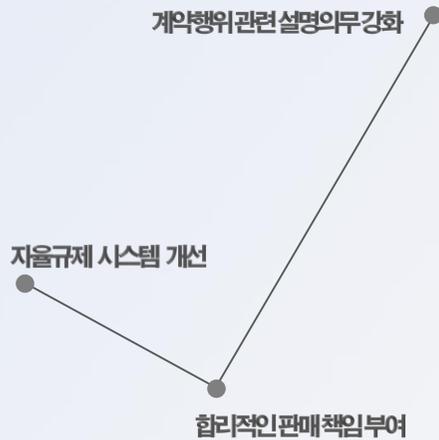


보험산업 소비자 신뢰도 제고방안





I	신뢰도의 개념	2
II	보험 신뢰도에 대한 평가들	6
III	보험 고유 성격 및 외생적 환경	14
IV	내생적 요인	25
V	개선방안	32





신뢰도의 개념





❖ 신뢰도는 거래 상대방이 선의와 능력을 가지고 약속을 충실히 이행할 것이라는 믿음

- 구성요소는 공신력, 배려성, 정직성으로 보는 것이 일반적 (배려성, 정직성 중심으로 논의)
- 신뢰도의 측정은 산업의 **체감 신뢰도**를 질문, 거래 **경험의 만족도** 질문, **산업의 이미지** 질문, **타산업 대비 이미지** 질문, 체감신뢰도를 **구성 요소 별로 질문**하여 측정치를 합산하는 등 다양

Ganesan(1994) 최인수·홍복안(2001)	Geyskens et al.(1999) 정홍주·오태형(2005)	Colquitt, Scott & Lepine(2007)	Christine Ennew & Harjit Sekhon(2007)
공신력(credibility) 배려성(benevolence)	공신력(credibility) 배려성(benevolence) 정직성(honesty)	능력(ability) 결백(integrity) 배려성(benevolence)	공신력(Expert & Competence) 배려성(Concern & Benevolence) 정직성(Integrity & Consistency) 소통(Communication) 가치의 공유(Shared Value)

공신력(Credibility)

경쟁력, 전문성, 재무건전성, 자산규모

배려성(Benevolence)

친절, 신속, 사려

정직성(Honesty)

일관성, 정확성, 정의, 공정성



	이순재·정중영(2007)	정중영(2012)	금융감독원(2012)
신뢰저하 요인	<ol style="list-style-type: none"> 1. 모집조직 전문성 부족 2. 보험금 지급 관련 분쟁 3. 보험상품 및 약관의 복잡성 4. 부정적 언론보도 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 보험사기 2. 불완전판매 3. 낮은 해약환급금과 선지급수수료 4. 공시제도 미흡 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 복잡한 보험상품 2. 불충분한 설명 3. 보험금 불만 4. 잦은 보험민원 5. 국민 기대수준 상승
신뢰도 개선방안	<ol style="list-style-type: none"> 1. 미래 보험상 정립 <ul style="list-style-type: none"> • 학교 보험교육 • 사회공헌 및 나눔경영 2. 고객중심 경영 <ul style="list-style-type: none"> • 소비자보호시스템 구축 • 품질보증제도 도입 • 보험금 지급 개선 3. 윤리경영 강화 <ul style="list-style-type: none"> • 완전판매 정착 • 윤리지수 개발 및 운영 • 사회적 책임투자 시행 참여 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 윤리경영을 통한 신뢰문화 창출 <ul style="list-style-type: none"> • 윤리경영철학 재정립 • 공시제도 투명화 2. 소비자중심경영 패러다임 정착 <ul style="list-style-type: none"> • 불완전판매 개선 • 수수료체계 개선 • 보험금 지급개선 3. 바람직한 미래상 재정립 <ul style="list-style-type: none"> • 소비자 보험 이해도 제고 • 보험사기 예방 노력 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 보험상품 소비자이해제고 2. 보험소비자중심 영업정책 확산 3. 보험금 지급 불만요소 제거 4. 보험민원 발생원인 사전차단 5. 사회구성원으로서의 보험위상 정립



1

우리나라 보험신뢰도에 대한 평가들은 어떠했나?

2

고유한 성격과 환경적 요인이 보험 신뢰도에 어떠한 영향을 미쳤는가?

3

보험산업의 신뢰도에 영향을 미친 내생적 요인은 무엇인가?

4

보험산업의 신뢰도를 제고하기 위한 방안은 무엇인가?



보험 신뢰도에 대한 평가들

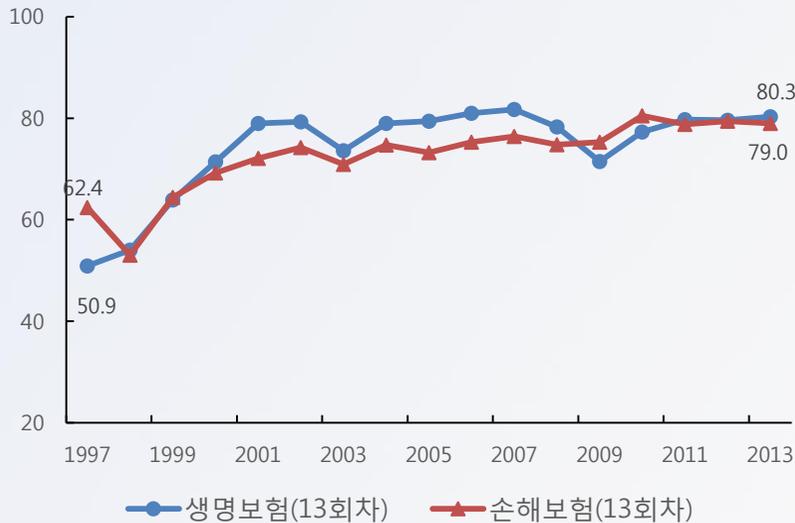




❖ 계약 유지율과 설계사 정착률은 개선의 여지가 많은 것으로 판단됨.

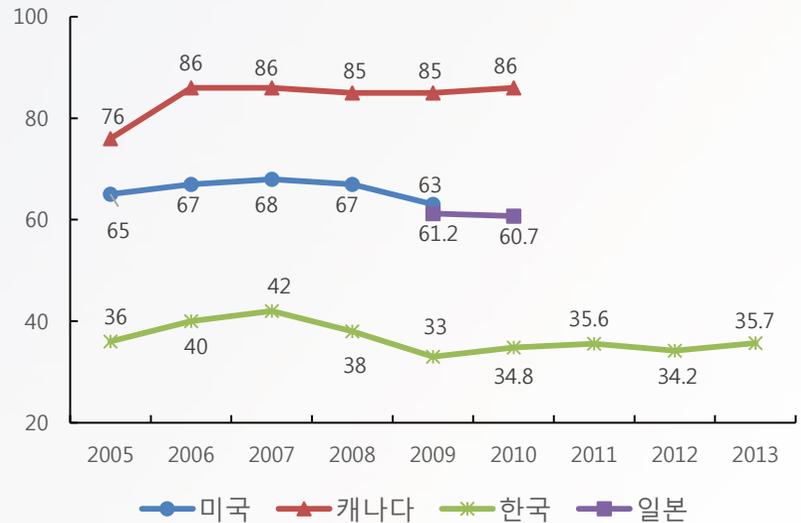
- 계약 유지율 : 외환 위기 이후 크게 개선시켰으나 80%(13회차) 수준에서 정체되고 있음.
(일본 주요 대형 생보사 90% 수준)
 - 설계사 정착률 : 설계사의 이동과 탈락이 지나치게 빈번한 것으로 판단됨.
- ☞ 보험시장의 성숙도, 설계사 진입 퇴출형태의 차이 등 국가적 특성도 고려할 필요

13회차 계약 유지율



주: 가로축은 회계연도 기준 / 자료: 금융감독원 홈페이지

13월차 생보전속설계사 정착률



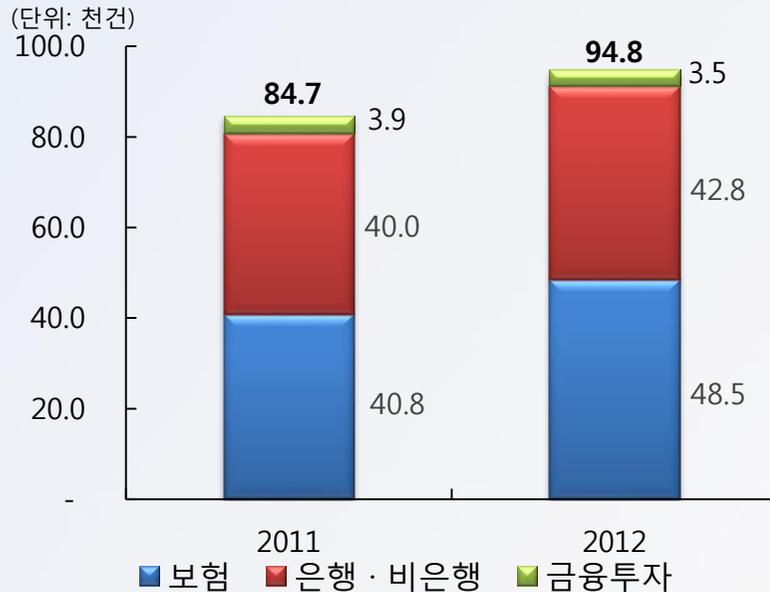
자료: LIMRA(2010), Market Trends LIMRA's Factbook; 금융감독원 홈페이지



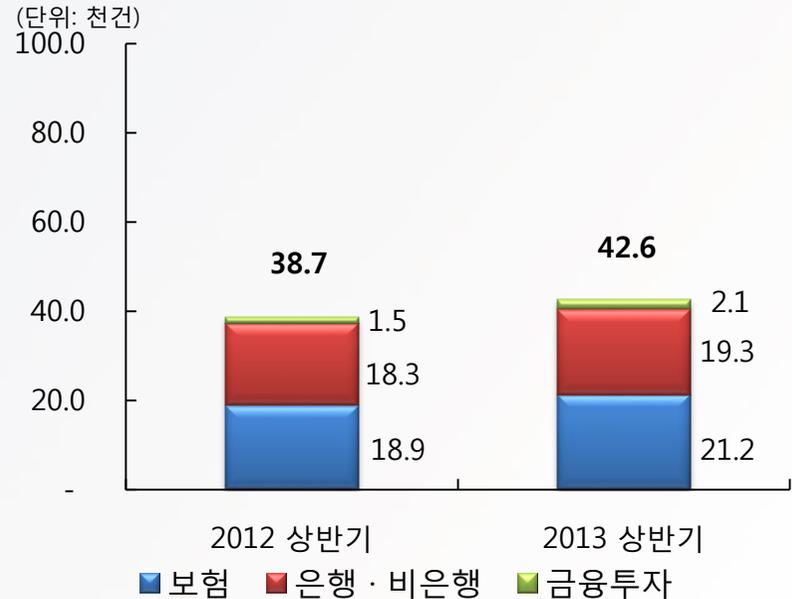
❖ 타 금융권 대비 상대적으로 많은 민원 건수가 보험산업의 큰 부담으로 작용

- 보험산업의 민원 건수는 전체 금융산업 민원의 절반 수준에 이르고 있음.
- 획일화된 건수 기준 접근은 보험산업의 평판에 크게 불리하게 작용함.
- ☞ 업권별 특성을 무시한 총량건수 비교의 적절성 우려

2011년 vs 2012년



2012년 상반기 vs 2013년 상반기



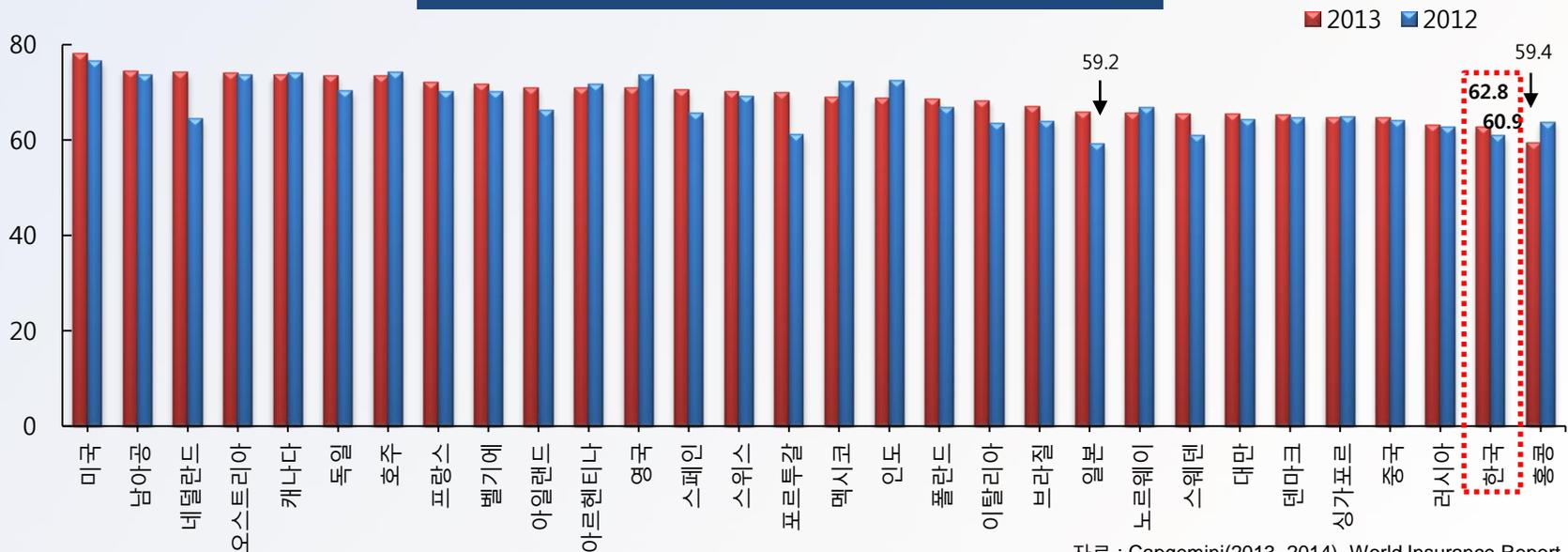
자료 : 1) 금감원 보도자료(2013.3.21), 2012년중 금융감독원의 금융상담 및 민원동향 분석
 2) 금감원 보도자료(2013.9.9), '13년 상반기중 금융민원 및 상담 동향



❖ 소비자들이 체감하는 보험산업 신뢰도는 국제적으로 매우 낮은 수준으로 조사됨. <참고 1>

- 보험소비자 경험신뢰지수(CEI, 30개국) **한국 2년 연속 29위 [30위:홍콩('13), 일본('12)]**
- ERNST & YOUNG 보험소비자 선호도조사 2012 (아시아-태평양 7개국)
 - 긍정적 인상 : 7위(인도네시아, 말레이시아, 중국, 싱가포르, 홍콩, 호주, 한국 순)
 - 부정적 인상 : 6위(호주 7위)
- ☞ 일본의 높은 유지율과 설계사 정착률 그리고 홍콩과 호주가 금융선진국임을 고려할 때 이례적

소비자 경험신뢰지수(CEI, 2012 & 2013)



자료 : Capgemini(2013, 2014), World Insurance Report



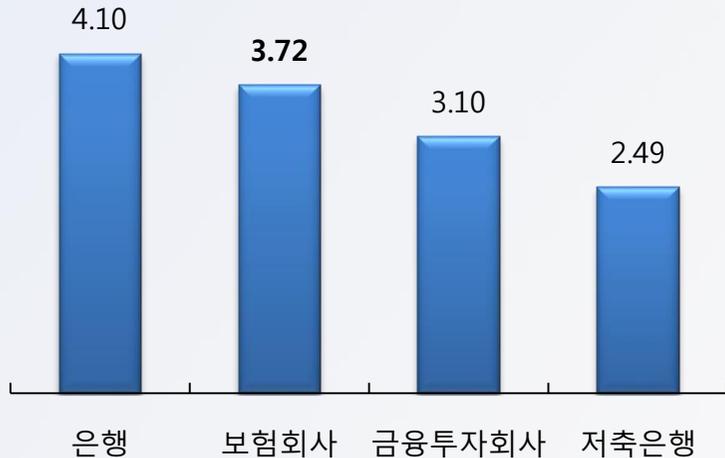
❖ 일반적으로 보험산업의 신뢰도는 은행에 비해서 상대적으로 낮은 것으로 평가됨.

〈참고 2〉

- 업권간 이해 대립이 있는 사안에 있어서 은행 대비 낮은 신뢰도는 보험산업에 불리하게 작용
 ➔ 은행이 타금융권에 비해 신뢰도가 높은 것이 산업의 특수성에 의한 것인지 의문

금융기관별 전반적 신뢰도

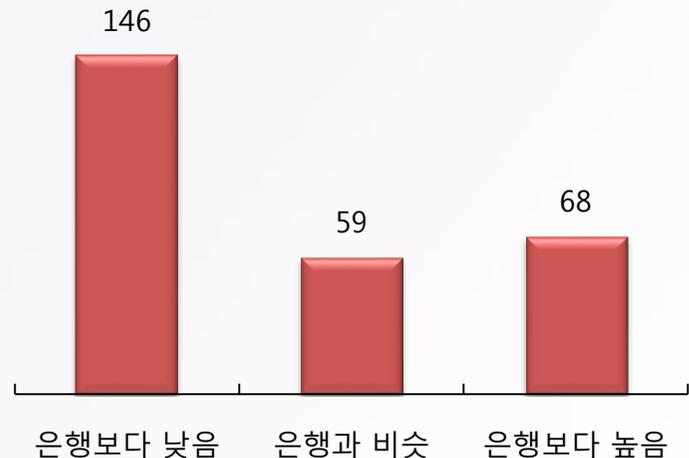
(N=1,200 / 단위: 점, 5점 척도)



자료: 보험연구원(2013), 2013년 보험소비자 설문조사

보험에 대한 이미지(은행과 비교)

(N=273명 / 단위: 명)



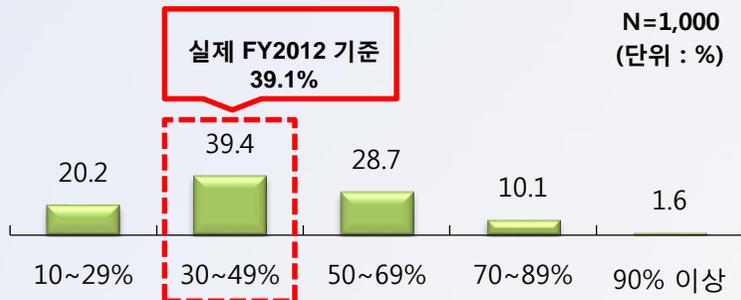
자료: 이순재, 정중영(2007), 보험산업 신뢰도제고 방안에 관한 연구



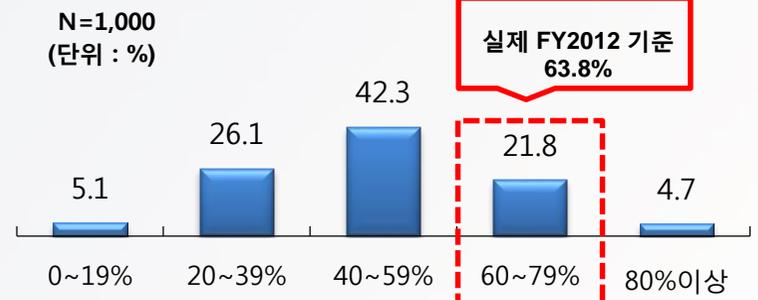
❖ 보험의 신뢰 관련 지표에 대한 체감 정도는 실제 지표보다 크게 악화된 수준 <참고 4>

- 설계사의 정착률을 제외하고는 모든 지표에서 체감 정도가 실제보다 크게 낮게 나타남.
- ☞ 사회적으로 보험산업 신뢰도에 대한 부정적인 선입견이 크게 자리하고 있을 개연성 우려

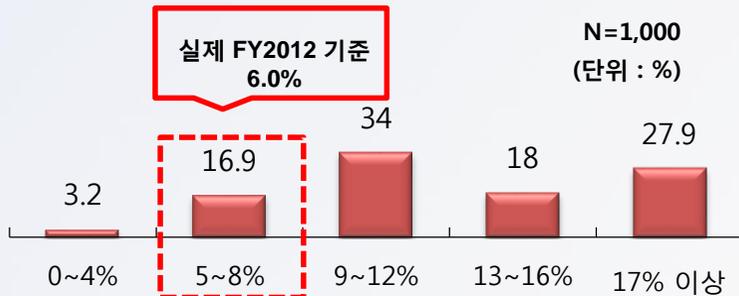
보험설계사 13월차 정착률에 대한 인식



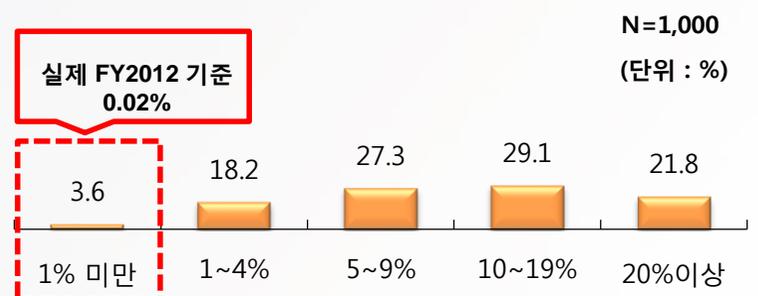
25회차 보험계약 유지율에 대한 인식



보험산업의 불안전판매율(청약철회포함)에 대한 인식



공식 접수된 보험관련 민원발생 비율에 대한 인식



❖ 2008년 금융위기 이후 세간에 일반적으로 ‘사태’ 라고 불린 대형금융사고 중 보험이 진원지인 경우는 없었음.

- 총 6건의 사태가 있었으며 그 중 4건은 소비자 신뢰도와 직접적으로 연관

☞ 보험의 소비자 신뢰도에 대한 정확한 진단을 위한 재평가의 필요성

카드사 개인정보유출사태
(2014년)

저축은행사태(2011년)

동양사태(2013년)

KIKO사태(2008년)



KB금융사태(2014년)

신한금융사태(2010년)



Q

우리나라 보험신뢰도에 대한 평가들은 어떠했나?

A

- 보험의 소비자 신뢰와 관련한 대부분의 지표와 설문조사 결과는 부정적인 경우가 대부분
- 보험 산업의 특성에 대한 적절한 고려가 부족하여 부정적인 선입견이 형성되었을 가능성에 대해서도 검토할 필요
- 문제 해결을 위한 효과적인 방법 모색을 위해서 객관적이고 정확한 원인 분석을 통한 공감대 형성이 중요
- 보험산업의 특성을 고려한 보험 신뢰도에 대한 재평가가 필요하다고 판단



보험 고유 성격 및 외생적 환경





유상·
쌍무계약



불요식·
낙성계약



사행성
계약



선의계약



❖ 보험계약은 고유의 성격상 이해 당사자 간 신뢰가 훼손될 여지가 많음.

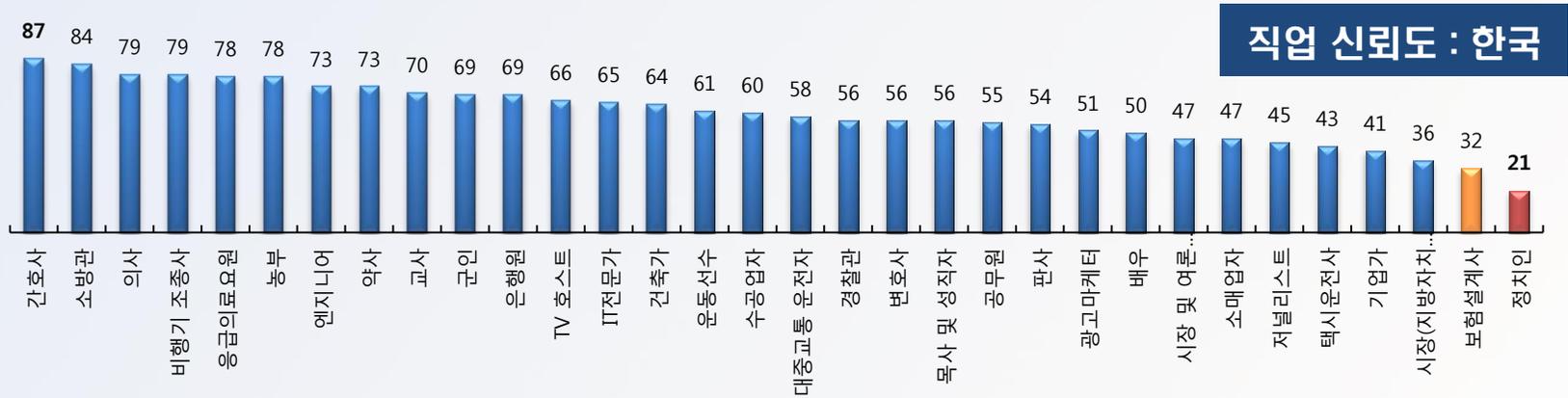
- 보험은 계약 내용이 복잡하고 당장의 효용 발생이 없어 Push-marketing이 불가피
- 계약 내용에 대한 이해와 보험금 지급 여부에 대한 판단에 있어서 계약 당사자 간 갈등의 소지가 큼.

보험신뢰도 국제 비교 - 보험설계사의 직업 신뢰도 (1)



❖ 보험설계사가 신뢰가 낮은 직업군에 속하는 것은 세계적으로 공통된 현상 <참고 4>

- 우리나라의 보험설계사에 대한 신뢰도는 32개 직업군 중 31위(32위는 정치인)
- 모든 벤치마킹 국가들에서 보험설계사의 신뢰도는 정치인과 더불어 최하위권



순위 / 조사 직업수	한국	미국	일본	영국	스위스	캐나다	호주	독일	네덜란드
보험설계사	31 / 32	28 / 32	28 / 32	29 / 32	29 / 32	30 / 32	30 / 32	31 / 32	31 / 32
정치인	32 / 32	32 / 32	32 / 32	32 / 32	32 / 32	32 / 32	32 / 32	32 / 32	32 / 32

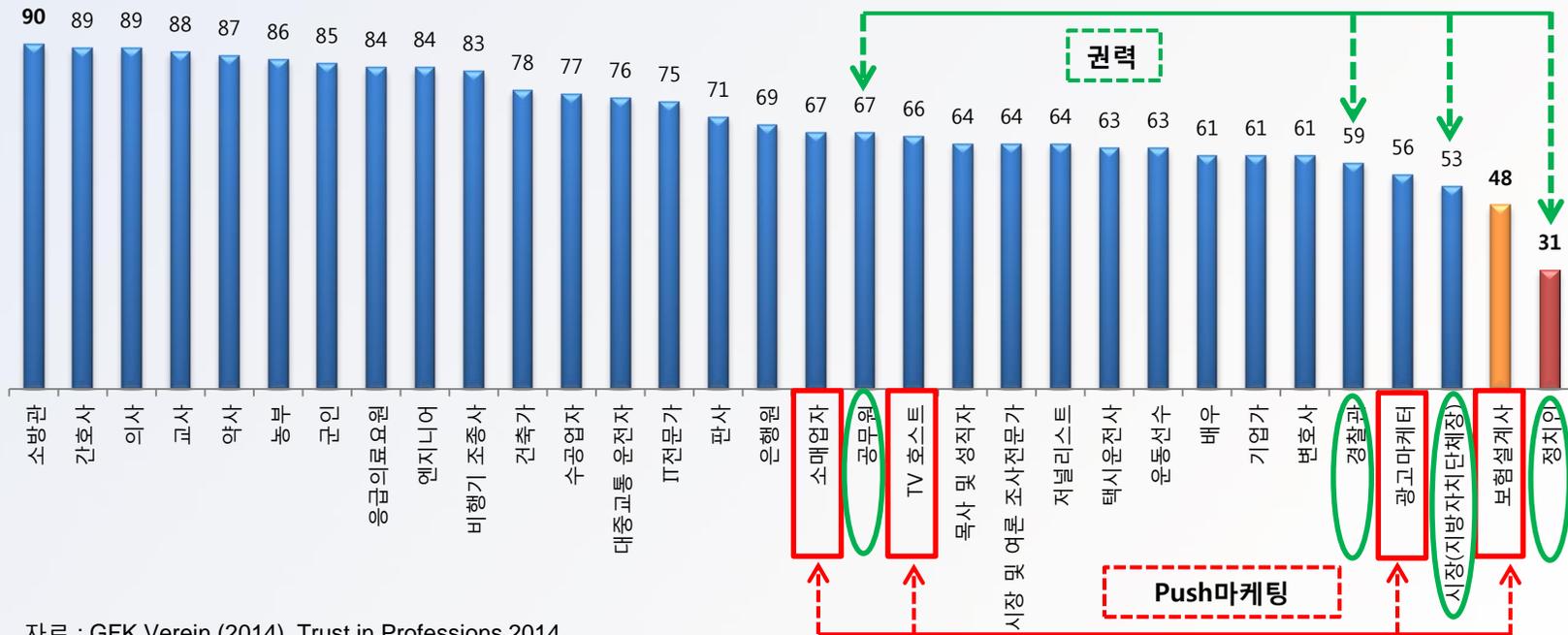
자료 : GfK Verein (2014), Trust in Professions 2014



❖ 세계 공통적으로 Push-marketing 직군과 권력 직군의 신뢰도가 낮음.

- Push-marketing 관련 직군 : 보험설계사, 광고마케터, TV호스트, 소매업자
- 권력 관련 직군 : 정치인, 시장(지방자치단체장), 경찰관, 공무원
- 보험의 신뢰도는 세계 공통적으로 직군의 특성이 반영된 것으로 볼 수 있음.

직업 신뢰도 : 25개국 평균



자료 : GFK Verein (2014), Trust in Professions 2014

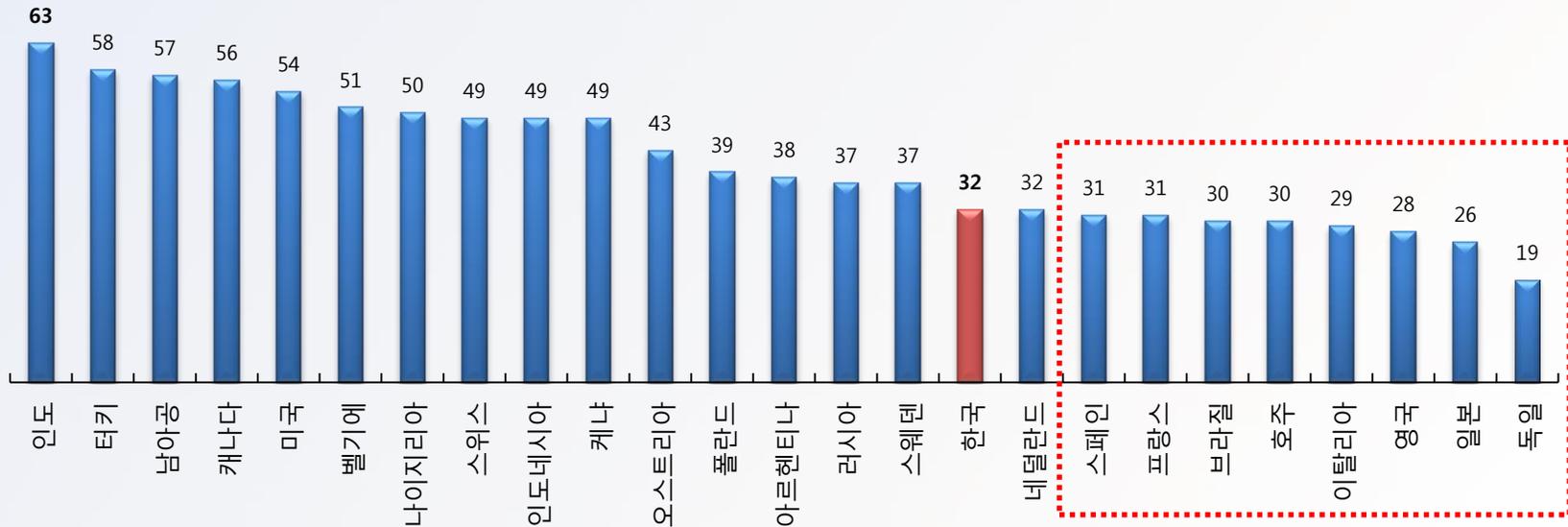


❖ 보험설계사의 신뢰도만 별도로 국제 비교할 경우 다수의 선진국보다 우월

- 보험설계사의 신뢰도를 국제 비교할 경우 우리나라는 네덜란드와 더불어 25개국 중 16위
- 우리나라보다 하위인 국가 : 스페인, 프랑스, 브라질, 호주, 이탈리아, 영국, 일본, 독일 등 8개국

❖ 해외 사례의 인용과 비교에 있어서 보험과 해당 국가의 특성에 대한 신중한 고려 필요

보험설계사 신뢰도 : 25개국



자료 : GFK Verein (2014), Trust in Professions 2014



❖ 은행이 보험보다 신뢰도가 높은 것은 업종의 특성에 따른 일반적인 현상 <참고 1,4>

- Capgemini : 비교 가능 국가 28개국 중 극히 일부 국가만 보험신뢰도가 은행보다 상위
2013년 : 4개국(네덜란드, 프랑스, 스페인, 일본) / 2012년 : 2개국(프랑스, 오스트리아)
- GfK Verein : 보험설계사가 은행원보다 신뢰도가 높은 나라는 2개국(스페인, 이탈리아)
- 유니버설 बैंकिंग이 발달한 유럽에서 은행의 상대적 신뢰도가 낮은 사례가 발견됨에 주목

보험 vs 은행 (CEI2013)



자료: Capgemini(2013, 2014) World Insurance Report 2014 ; World Retail Banking Report 2013



❖ 타 금융업권의 경우도 핵심업무에 대한 평가는 모두 하위권 수준 <참고 3>

- 우리나라의 경우 금융권 상호간 비교가 의미 없음

❖ 우리 나라 금융산업의 경우 모두 각각의 핵심 업무에 대한 신뢰 제고가 우선

은행

- 대출에 대한 접근성
(WEF, 2014) : 120/148
- 기업에 대한 신용의 가용성
(IMD, 2014) : 51/60

금융 핵심 업무

자본 시장

- 자본시장을 통한 자금조달
(WEF, 2014) : 65/148
- 주식시장을 통한 자본조달
(IMD, 2014) : 34/60
- 벤처캐피탈 접근성
(WEF, 2014) : 107/148
- 벤처캐피탈 가용성
(IMD, 2014) : 46/60



❖ 기업이 소비자를 중시하는 것은 인정하나 윤리성에 대한 신뢰는 낮음. <참고 3>

- 소비자 의식 수준과 소비자 중심 경영은 높은 평가를, 기업의 윤리성은 낮은 평가를 받음.
- 소비자 중심 주의는 배려성(친절, 신속, 사려)에 가깝고, 기업의 윤리 또는 책임성은 정직성(정의, 정확, 공정, 일관)에 가깝다면 우리 기업의 신뢰도는 정직성의 기반이 취약

소비자 의식 수준

소비자의 현명도(WEF, 2014) :
24/144

기업의 소비자 중심 경영

- 기업의 소비자 중심 주의 (WEF, 2014) : 13/144
- 경영에서 고객 만족의 중요도 (IMD, 2014) : 22/60

기업에 대한 인식

기업의 윤리성 책임성

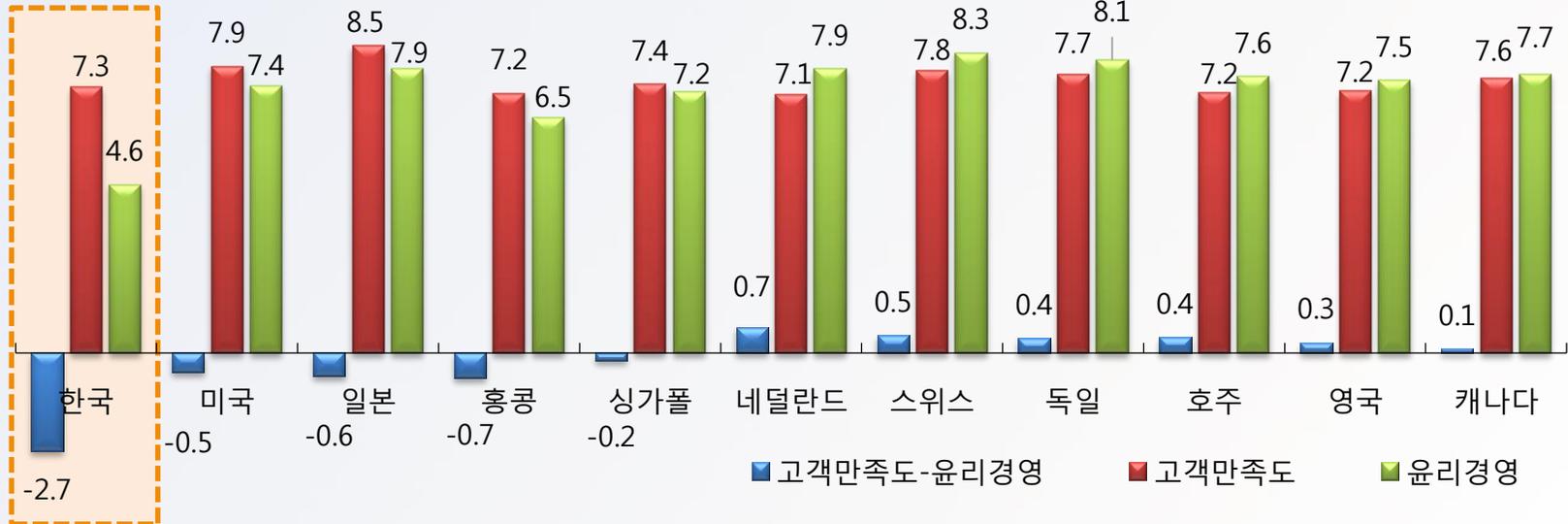
- 기업의 윤리성(WEF, 2014) : 95/144
- 기업 관행의 윤리성 (IMD, 2014) : 54/60
- 기업가의 사회적 책임성 (IMD, 2014) : 51/60



❖ 우리나라의 경우 소비자 중심 경영에 대한 기업의 자세에 비해 윤리 경영에 대한 평가는 상대적으로 매우 낮음.

- 주요 금융선진국의 경우 자국 기업의 소비자 중심 경영 정도와 윤리 경영 정도에 대해서 유사한 평가를 하거나 오히려 윤리 경영 쪽에 긍정적인 평가를 함.
- 우리나라의 경우 기업이 소비자를 지향하고 있는 것은 인정하지만 그들의 윤리성을 신뢰하지 않는 것으로 판단되며 이는 우리나라의 산업 신뢰도 제고와 관련한 중요한 특징으로 판단됨.

기업의 윤리성 vs 소비자중심경영



주 : 60개국을 대상으로 순위 발표
 자료 : IMD(2014), 2014 IMD World Competitiveness yearbook



❖ 보험 신뢰도 평가도 정직성 관련 부문에서 저조한 평가 <참고 2>

- 남상욱(2010), 정홍주·오탈형(2005) - 정직성은 보험산업 신뢰도 결정의 핵심변수
- 정직성에 취약한 우리 사회의 신뢰 기반은 보험 산업의 발전에는 불리할 것으로 판단



자료: 보험연구원(2013), 2013년 보험소비자 설문조사

Q 고유한 성격과 환경적 요인이 보험 신뢰도에 어떠한 영향을 미쳤는가?

A 보험산업의 고유한 특성 때문에 사회의 다른 분야보다 상대적으로 신뢰 낮음.

☞ 효과적인 개선 방안을 위해 획일적 기준이 아닌 **보험의 특징에 대한 면밀한 고려** 필요

우리나라의 경우 보험산업 신뢰도의 핵심변수인 **정직성에 대한 사회적 신뢰기반이 약함.**

☞ **해외사례의 인용 등에 있어서 국가별 특성에 대한 객관적 판단**이 필요

보험산업의 신뢰 구성 요소 중 **정직성에 대한 평가가 낮게 나타나고 있음.**

☞ 소비자가 부정직한 계약을 맺지 않도록 **판매자 책임과 소비자 알권리 강화**



내생적 요인





- ❖ 저축기관으로서 차별성 없는 저축성 상품을 판매하기 위해 치열한 영업 경쟁
- ❖ 외환위기 이후에도 유사한 시기에 선진형 상품을 도입하고 가격 통제가 계속되는 상황에서 영업력이 경쟁력인 상황이 지속



경제개발
시기



외환위기
이후

- 1960년 초 경제개발 5개년계획의 성공적인 수행
- 1962.2.9 「국민저축조합법」에 의해 **생명보험회사가 저축기관으로 선정**
- 우리나라는 강한 교육열 및 장래의 경제불안에 대한 대비책으로서 **생명보험을 저축수단으로 선택**하여 과거 20년간 연평균 약 60%의 고도성장을 시현

- 유사한 시기 선진형 상품 도입

도입 연도	상품
2000	종신보험
2001	변액종신보험
2002	CI보험, 변액연금
2003	VUL(변액유니버설보험), 통합보험
2000년대	실손보험, 종신보험 활성화

- 가격 통제 환경 속에서 여전한 영업 경쟁 위주 경영



- ❖ 영업위주의 경쟁을 개선하려는 업계 스스로의 가시적인 노력 부족으로 소비자 신뢰를 위한 변화의 주도권을 상실 → 정부 주도로 소비자 신뢰 제고 추진
- ❖ '사회적 이슈가 되거나 정책 당국이 나서지 않으면 소비자 신뢰를 위해 스스로 노력하지 않는 산업' 이라는 이미지가 소비자 신뢰도 제고에 가장 큰 부담
 - 최근 이슈가 된 GA에서의 불완전 판매도 보험회사의 영업위주 딜레마로 대응에 한계

가정: $\alpha + \kappa < 1, \alpha > \kappa$

payoff(시장점유율)	B(중소형)사 GA 비활용	B(중소형)사 GA 활용
A(대형)사 GA 비활용	$(\alpha, 1 - \alpha)$	$(\alpha - \kappa, 1 - \alpha + \kappa)$
A(대형)사 GA 활용	$(\alpha + \kappa, 1 - \alpha - \kappa)$	$(\alpha, 1 - \alpha)$

- A사가 B사가 모두 GA를 활용하는 경우, 모두 활용하지 않는 경우와 비교할 때 시장 점유율은 같고 이익만 감소한다고 하여도 경쟁사에 대한 불신 때문에 모두 GA를 활용



소비자보호 강화

설명 의무 공시 등 강화와 수수료 체계 개선 노력

- ❖ 상품설명 및 정보제공 의무 강화 논의(2007)
- 보험업법(2010)·시행령(2011) 제정 → 적합성 원칙, 설명의무
- 설명의무 :
 - 표준약관 → 보험업법에 규정
 - 시행령 : 보험금 지급제한 조건, 고지의무 위반 효과, 해지환급금 등 규정
- ❖ 판매수수료 체계 변경: 판매 및 유지보수로 이원화
- 목적 : 유지서비스 제고 및 초기 해지환급금 문제 개선

- 소비자 보호 체제 강화
- 소비자 보호의 자율성과 실효성 개선 미흡

소비자 선택권 확대

일련의 비전속 보험대리점 제도 도입

- ❖ 보험대리점 제도 → 소비자 선택권 확대에만 주로 관심
- 1980년대 이전
 - 손해보험대리점('62)
 - 등록제 → 허가제('77)
- 1980년대
 - 생명보험대리점 제도 도입 (대리점의 생손보 겸영)
- 1990년대
 - 복수대리점('93(손), '94(생))
 - 허가제 → 등록제('95)
 - 독립대리점('96(손), '97(생))
- 2000년대
 - 금융기관보험대리점(방카) 제도 도입(2003)

- 비전속 채널 활성화
- 규제 사각지대 발생

판매 채널 선진화

소비자를 대리하는 채널 제도 도입·추진

- ❖ 중개인 제도 도입 ('97(손), '98(생))
- 목적 : 소비자를 위한 다양한 상품정보 전달과 계약체결 중개
- ❖ 금융상품판매전문업 · 보험판매전문회사 제도 도입 추진(2008)
- 목적 : 제판분리, 원스톱 금융 서비스 → 판매채널 선진화

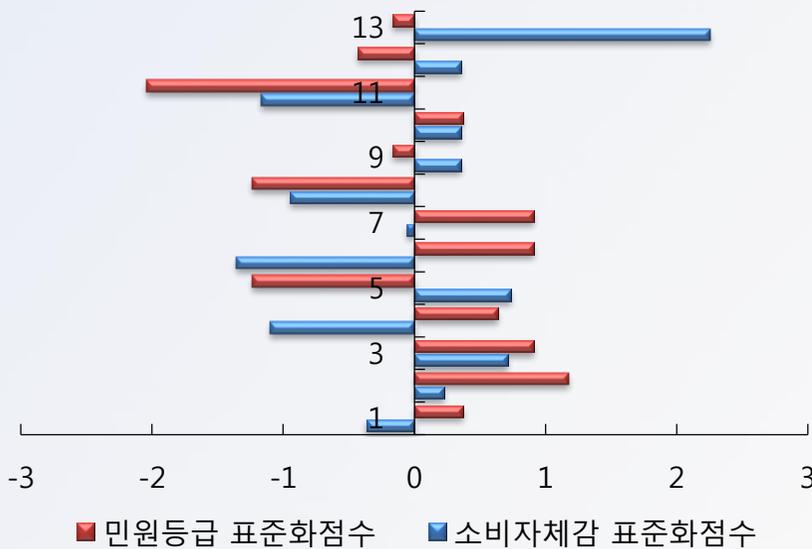
- 채널 선진화 인식 제고
- 자문료(fee) base 채널 활성화 미흡

❖ 감독당국 주도의 소비자 보호 강화로 시장의 자율성과 현실성이 취약

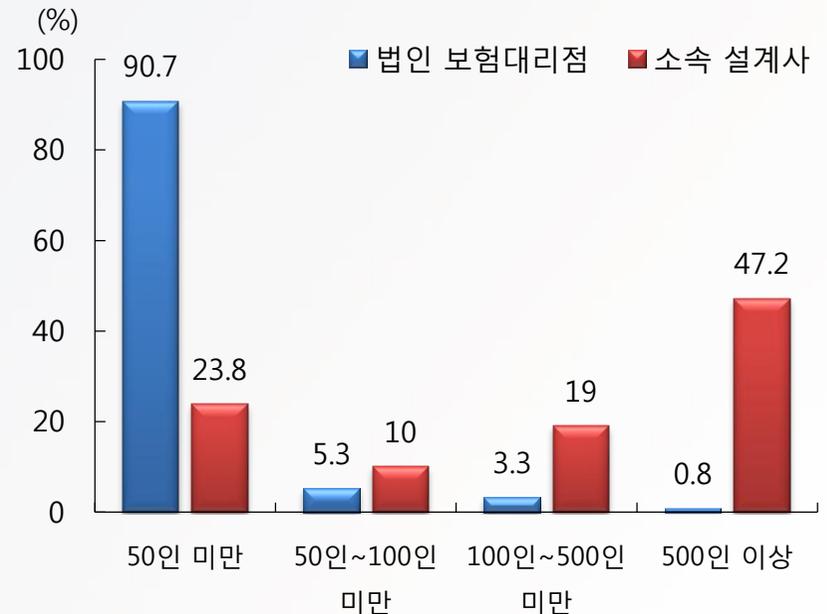
- 감독당국이 주도하지 않으면 시장이 움직이지 않는 비자율적인 분위기 형성
- 감독당국 지표의 현실성 문제 : 민원등급 (소비자 만족도와 의 괴리) 불완전 판매율 (청약철회가 대부분, FY12 포함시 6.0%, 미포함시 0.6%), 민원건수 (업권별 특성 고려 문제)

❖ GA 확대 불구 소속 설계사의 절반 이상이 설계사 수 500 이하의 대리점에 소속

민원등급 vs 소비자 체감만족도



법인 보험대리점 현황(2013년)



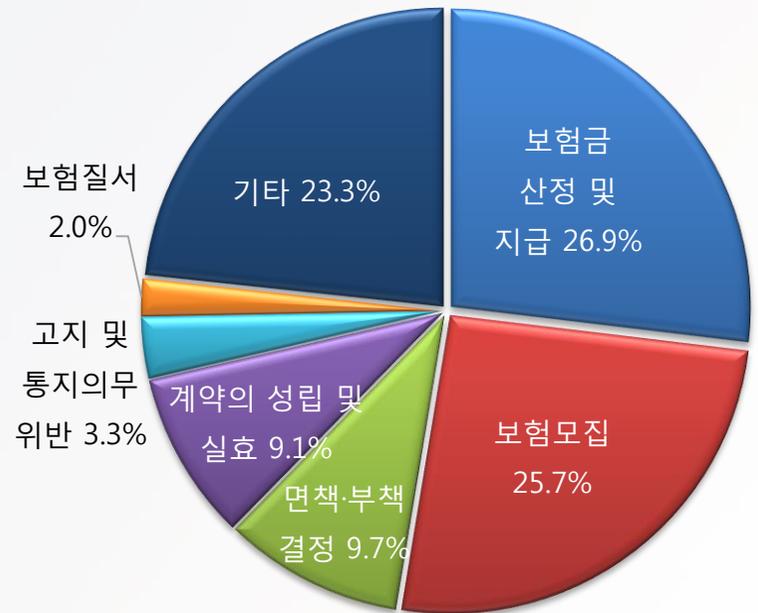
자료 : 박선영·권오경(2014), "보험민원의 합리적 해결방안"



- ❖ **제판분리, 채널 선진화, 비전속 채널 활성화 정책으로 판매채널은 복잡 다양화**
- ❖ **판매자와 계약단계에 관련한 소비자의 이해도는 극히 낮아 불완전 판매 우려<참고 4>**
 - 민원의 유형에서 '보험 모집', '계약의 성립 및 실효' 관련 비중이 매우 높음

설문문항	O	X
보험회사 소속 설계사에게 보험청약서를 제출하고 보험료를 납부하는 것으로 해당 보험계약은 유효하게 성립 한다.	82%	18% (정답)
보험계약자가 피보험자의 직업과 병력 등 요구되는 주요사항에 대해 설계사에게 알렸으나, 설계사의 실수 또는 고의로 보험회사에 이러한 정보를 전달하지 않았다면 보험사고 발생시 보험회사는 보험계약상 보험금을 지급할 의무는 없다.	31.4% (정답)	68.6%
은행과 같은 금융기관대리점 에서 보험가입 시 판매행위와 관련된 문제로 손해배상을 청구 하게 될 경우 보험회사가 아닌 판매한 금융기관대리점에 1차적 손해배상 책임이 있다.	70.5%	29.5% (정답)
일반보험대리점 에서 보험가입 시 판매행위와 관련된 문제로 손해배상을 청구 하게 될 경우 보험회사가 아닌 판매한 보험대리점에 1차적 손해배상 책임이 있다.	63%	37% (정답)

민원 유형별 구성비(2013년 상반기)



자료 : 금감원 보도자료(2013.9.9), '13년 상반기중 금융민원 및 상담동향

Q

보험산업의 신뢰도에 영향을 미친 내생적 요인은 무엇인가?

A

영업위주 경영의 지속으로 소비자 신뢰 구축을 위한 자율적인 여건 조성 실패

보험산업의 신뢰구축 노력 부족으로 부정적 이미지 형성과 정부 주도의 소비자 보호 초래

정부 주도의 소비자 정책으로 시장 자율성과 규제의 현실성이 취약해지는 부작용 발생

비전속 채널의 활성화 정책이 스스로 규제 사각지대를 초래

판매채널의 복잡화에 비해 판매자와 계약 행위에 대한 정보 제공 기능 취약

☞ 가격 및 상품개발에 대한 자유화 확대로 보험회사의 경쟁 요소 다양화 필요

☞ 보험회사 스스로 소비자 신뢰 구축에 대한 확고한 의지 필요
☞ 자율적인 소비자 보호 시스템의 구축

☞ 현장의 목소리가 반영된 상향식 규제가 공공규제를 보완할 수 있도록 시스템 개선

☞ 영업 행위와 관련하여 행위에 합당한 판매 책임 부여

☞ 판매자와 계약행위와 관련한 설명의무를 강화



개선 방안





- 소비자 신뢰 구축에 대한 확고한 의지

- 가격 및 상품개발에 대한 자유화 확대

- 보험의 특징에 대한 면밀한 고려
- 국가별 특성에 대한 객관적 판단
- 현장의 목소리가 반영된 상향식 규제
- 자율적인 소비자 보호 시스템

- 행위에 합당한 판매 책임 부여
- 판매자 책임과 소비자 알권리 강화
- 판매자와 계약행위와 관련한 설명의무를 강화

자율규제

1. 공공규제를 보완하고 현장의 목소리를 효과적으로 반영할 자율적인 규제 시스템 구축

공공 규제

2. 합리적인 판매 책임 부여
3. 계약행위 관련 설명의무 강화



[비명시적 규제에 대한 정부의 문제 인식 <금융위 2014.7>]

- “그 동안 법령 위주로 개혁해왔기 때문에 상대적으로 정책금융기관, 금융권 협회에 규제가 많이 숨어 있음.”
- “규제가 일단 만들어지면 잘 관리되지 않아, 적극적으로 발굴 검토하면 개선할 수 있는 낡고 불합리한 규제가 현장에 많음.”

금융규제 개혁방안(2014)

- 보험 규제 개혁 T/F 상시 정례화
- 입법 자문단 구성
- 분야별 협의회 구성
- 규제 건의 통합 창구 마련

- 폭넓은 의견 수렴 체제 구축과 상시적이고 지속적인 규제 개혁 의지는 긍정적

- 감독당국의 하향식 규제 개선으로는 현장의 낡고 불합리한 규제의 효과적 개선 체제 구축에 한계
- 규제 내용의 개선보다도 규제가 만들어지고 관리되어지는 효율적인 시스템 구축 필요
- 현장의 목소리가 반영된 자율적이고 투명성이 있는 상향식 규제 시스템 구축

진정한 의미의 자율규제 활성화

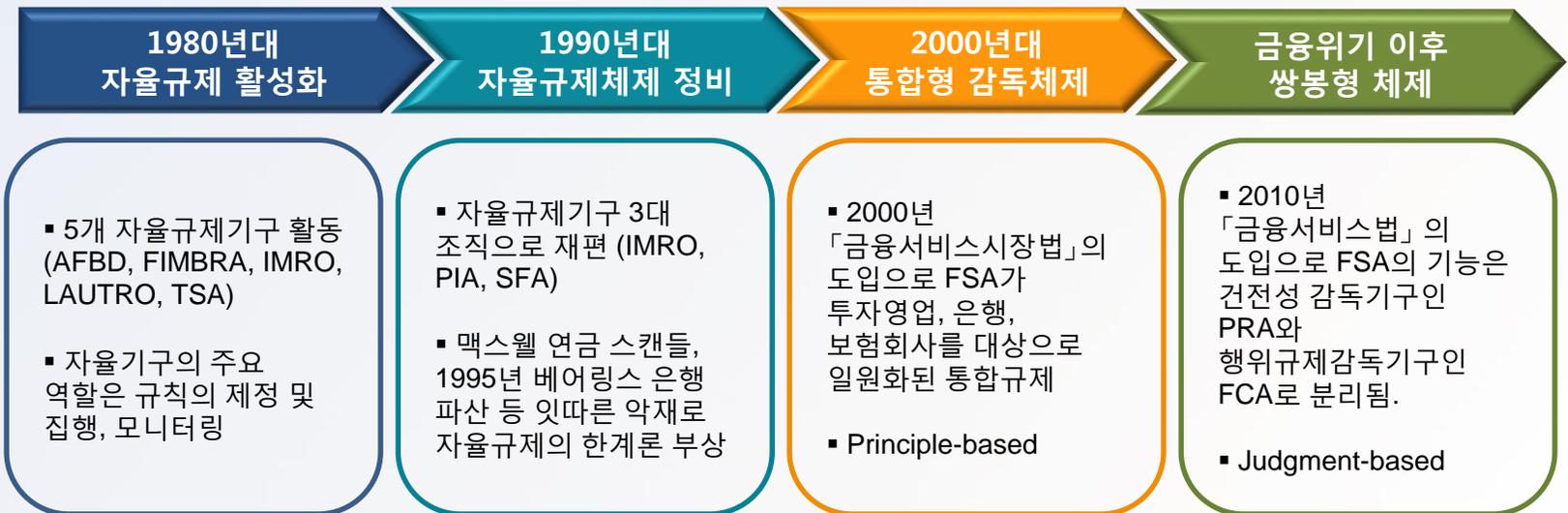


❖ 소비자 보호에 대한 세계적인 추세는 공공 규제 중심으로 이동

- 자율 규제의 기반 위에 통합형 감독체제, 쌍봉형 감독체제로 이행하면서 공공 규제 강화
- 공공 규제의 강화에도 불구하고 기존 자율 규제는 감시 및 보고 기능을 통해 공공 규제를 보완

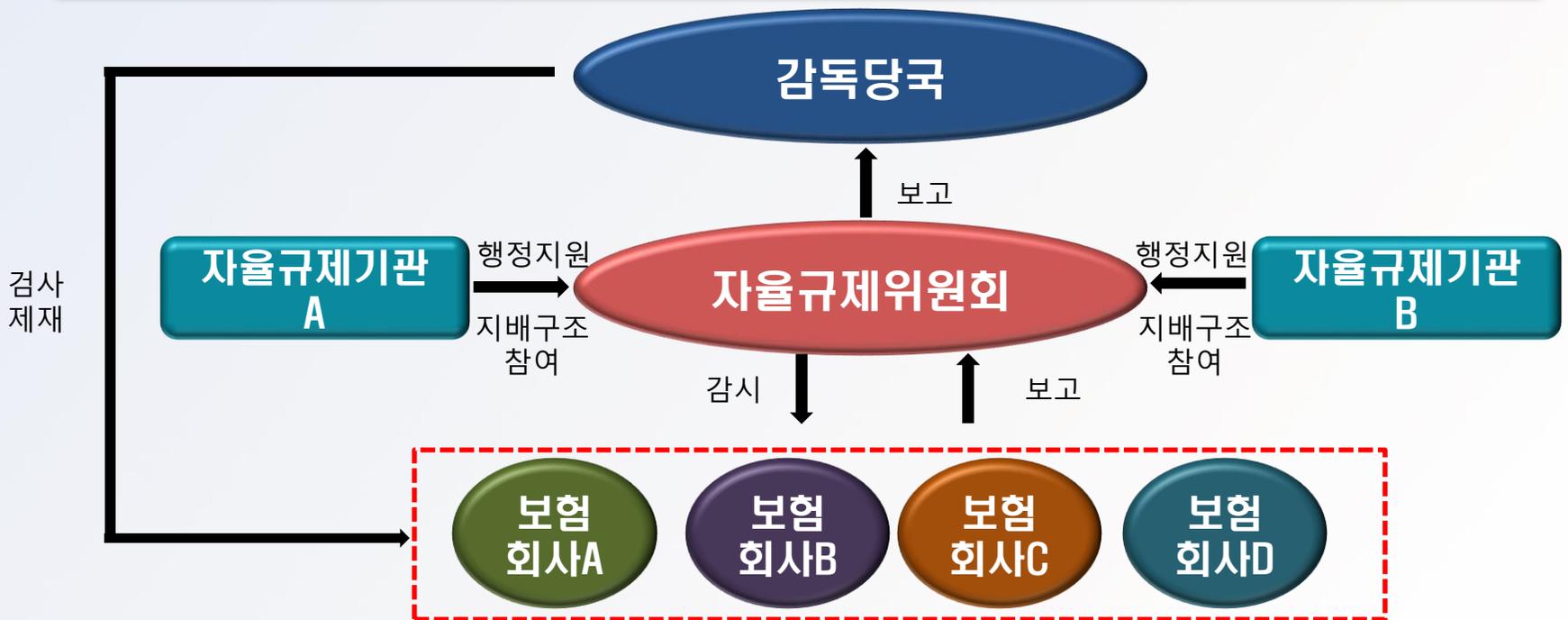
❖ 우리나라도 소비자 보호를 위한 공공규제 강화가 불가피하나 이를 효과적으로 보완할 자율규제가 취약

- 우리나라 자율규제 업무는 감독 당국의 위임에 의존하여 업무를 보조하는 수준
- 자율규제기관의 경우도 배타적 업무 수행과 기관간 영역 갈등으로 자율성 제고에 한계



❖ 우리나라의 실정을 고려해서 자율적이고 투명하게 규제되는 영역을 점진적으로 확대해 나가는 노력이 필요

- 자율규제위원회 : 자율 규제 기준 마련, 자율 규제 기준에 의한 감시, 감시 보고서 작성 (규제의 문서주의(투명화)), 위원회 지배구조의 개방 (규제의 배타성 개선)
- 유관기관(자율규제기관) : 업계 합의를 위한 조정 기능 강화, 자율규제위원회의 활동 지원 및 참여, 유관 기관간 상호 협력 기능 강화
- 감독당국 : 자율규제위원회의 보고서 인용, 업계 검사 시 확인, 자율 규제 최대한 유도





금융규제 개혁방안(2014)

- 설계사 모집이력 관리시스템 도입
- GA 관리 감독 강화
- 소비자 권인 침해 제재근거 마련
- 계속 반복적 위법 행위 제재 강화
- 대형 보험대리점 규율 강화
- 퇴출 대리점 우회진입 방지

- 판매자의 책임과 시장 건전화를 위한 여건이 강화되었다는 점에서 긍정적

- 중소형 독립채널의 책임 있는 영업 환경 조성 미흡
- 판매 책임주체에 대한 합리적인 기준 마련 필요

판매채널의 행위에 대한 적절한 책임성 부여



❖ 시장이 자발적으로 정화될 수 있도록 동기 부여

- 계약체결권이 없는 설계사에 직접적인 책임을 부여하는 것에는 법적 한계
- 설계사 모집이력시스템 등을 활용한 투명성 제고로 시장의 자율적인 정화기능 활성화
- (제언1) 회사별 모집 이력시스템 상의 위촉 기준을 공시 (기준 이하 설계사 연루시 GA 책임)
- (제언2) GA 소속 설계사의 경우 배상자력이 있는 지 여부에 대한 설명 의무 부과

보험모집인의 권한

구분	계약체결권	고지수령권	보험료 수령권
보험설계사	X	X	1회 수령권 인정
보험대리점	△	△	△
보험중개사	X	X	X

주: 가계성보험의 경우 보험대리점에 계약체결권, 고지수령권, 보험료 수령권이 부여되지 않는 것이 일반적임.
 자료: 금융감독원 보도자료(2009. 2. 12) 재구성.

<보험업법 제102조(모집을 위탁한 보험회사의 배상책임) 제1항>

- 보험회사는 그 임직원·보험설계사 또는 보험대리점(보험대리점 소속 보험설계사를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)이 모집을 하면서 보험계약자에게 손해를 입힌 경우 배상할 책임을 진다. 다만, 보험회사가 보험설계사 또는 보험대리점에 모집을 위탁하면서 상당한 주의를 하였고 이들이 모집을 하면서 보험계약자에게 손해를 입히는 것을 막기 위하여 노력한 경우에는 그러하지 아니하다.



금융규제 개혁방안(2014)

- 소비자 중심의 상품 공시
- 보험상품 이해도 평가 확충
- 단체보험 설명의무 강화
- 보험금지급 공정성 제고
- 보험금 부지급 삭감 사례 안내
- 보험사 제기 소송건수 공개
- 보험금 지급 현황 조회 서비스 제공

- 소비자의 알권리를 실효성 있게 개선하는데 기여할 것으로 기대

- 상품에 대한 정확한 정보에 치중
- 판매자의 특성, 계약단계에 대한 이해가 못지 않게 중요
- 민원, 보험금 지급 등에 대한 정보 공개 개선

**합리적인 보험거래를 위한
계약 행위 관련 설명 의무 강화**



❖ 보험계약체결 단계에 대한 판매채널의 설명 의무 및 소비자 알권리 강화

- 보험계약 체결 단계의 중요 사항들이 모집인의 설명의무에 포함 되도록 개선
- 상품 설명서 등 영업 관련 자료에 모집인의 특성과 계약 행위와 관련한 정보 제공 개선

설명 의무의 주체

보험회사 또는 모집에 종사 하는자

[보험업법 제95조의 2 제1항]
<시행령 제42조의 2 제1항>

1. 주계약 및 특약별 보험료
2. 주계약 및 특약별로 보장하는 사망, 질병, 상해 등 주요 위험 및 보험금
3. 보험료 납입기간 및 보험기간
4. 보험회사의 명칭, 보험상품의 종류 및 명칭
5. 청약의 철회에 관한 사항
6. 지급한도, 면책사항, 감액지급 사항 등 보험금 지급제한 조건
7. 고지의무 위반의 효과
8. 계약의 취소 및 무효에 관한 사항
9. 해약환급금에 관한 사항
10. 분쟁조정절차에 관한 사항
11. 그 밖에 보험계약자 보호를 위하여 금융위원회가 정하여 고시하는 사항

보험회사

[보험업법 제95조의 2 제3항]
<시행령 제42조의 2 제3항>

1. 보험계약 체결 단계

- 가. 보험의 모집에 종사하는 자의 성명, 연락처 및 소속
- 나. 보험의 모집에 종사하는 자가 보험회사를 위하여 보험계약의 체결을 대리할 수 있는지 여부
- 다. 보험의 모집에 종사하는 자가 보험료나 고지의무 사항을 보험회사를 대신하여 수령할 수 있는지 여부
- 마. 보험계약 승낙거절 시 거절 사유

2. 보험금 청구 단계

- 가. 담당 부서 및 연락처
- 나. 예상 심사기간 및 예상 지급일

3. 보험금 지급 단계 : 심사 지연 시 지연 사유



World Insurance Report 2013, 2014 / World Retail Banking Report 2012, 2013

- 정보통신, 자동차, 에너지, 금융 등 컨설팅 및 아웃소싱 서비스 전문업체
- 보험회사가 소비자의 기대를 얼마나 잘 충족시키고 있는지 측정
- 30개국(16,500명 이상)을 대상으로 소비자들이 체감하는 **보험소비자 경험신뢰지수 (CEI)**를 설문조사를 통해 산출
 - 한국의 경우 보험산업에는 포함되었으나, 은행소비자 경험신뢰지수(CEI) 대상국에는 불포함



Voice of the customer Time for Insurers to rethink their relationships(Global Consumer Insurance Survey 2012)

- 회계감사, 세무, 경영, 국제투자 자문 등 재무 자문 서비스 제공 전문업체
- 보험소비자들의 보험 및 연금산업에 대한 이미지 및 만족도 조사
- 아시아-태평양 지역 7개국(호주, 중국, 홍콩, 인도네시아, 말레이시아, 싱가포르, 한국)의 생명보험, 손해보험 계약자 9,000명을 대상으로 설문조사
 - 각 문항별로 이분법적으로 질문(보험산업의 이미지에 대해서 긍정적/부정적인지 물어봄)



이순재
정중영

보험산업 소비자 신뢰도제고 방안에 관한 연구

- 보험상품의 구조적, 판매채널, 언더라이팅, 보험금지급, 경영의 패러다임, 소비자인식 측면에서 연구
- 보험회사의 CEO 및 계약자, 보험회사 출입기자 273명을 대상으로 설문조사를 실시
- 설문내용 : 타 금융(은행 및 증권)산업과 비교한 보험의 이미지 수준, 현재 보험산업 내에서 보험이미지를 저하시키는 요인
→ 설문결과를 바탕으로 낮은 신뢰도 원인 분석 / 이미지 제고방안 모색



보험
연구원

2013년 보험소비자 설문조사

- **조사목적** : 보험수요 변화 추세를 파악하여 보험회사의 상품 개발, 마케팅 전략 수립 등 보험소비자에 대한 서비스 확대에 필요한 자료를 제공하기 위함
- **조사기간** : 2013년 4월 15일~5월 15일
- **조사대상** : 전국(제주 제외) 20세 이상 성인 남녀 1,200명
- **자료 수집방법** : 설문지를 이용한 가정 방문, 일대일 개별 면접
- **주요 조사항목** : 금융기관의 신뢰도 평가, 보험회사의 공신력, 배려, 정직성, 충성도, 서비스 만족도 평가 등

<참고 3> WEF & IMD



**Global
Competitiveness
Report 2014-2015**

**World
Competitiveness
Yearbook 2014**

		WEF (World Economic Forum)	IMD (Institute for Management Development)
설문조사		148개 국가 14,091명의 기업CEO를 대상	60개 국가 4,300명의 기업CEO 대상
평가요소		기본요인, 효율성증진, 기업혁신 및 성숙도 3대 분야, 12개 부문, 333개 세부항목	경제운영 성과, 정부행정 효율, 기업경영 효율, 발전인프라 4대 분야, 20개 부문, 343개 지표
평가방법		국가별 1인당 GDP를 토대로 항목별로 점 수 및 순위를 산출한 후 부문별로 해당 항 목 평가결과를 표준화하여 합산	20개의 부문 항목 모두에 동일한 가중치 를 부여하여 합산
선정설문	소비자 중심 경영	기업의 소비자 지향 정도	기업의 고객만족에 대한 중점 부여 정도
	윤리 경영	기업의 대외적 윤리성	윤리경영의 이행정도



Trust in Professions 2014

- GFK Verein은 주요 소비재, 제약, 미디어, 그리고 서비스 산업분야에 서비스를 제공하는 독일의 가장 큰 시장조사전문업체 중 하나
 - 사람들이 일상생활에서 관계를 맺게 되는 직업에 대한 신뢰도 조사를 실시
 - 25개국(28,659명)을 대상으로 공통적으로 볼 수 있는 직업 32개에 대하여 설문조사
- 각 직업별로 신뢰의 척도를 4단계로 구성하여 응답문항을 설정



본 연구의 설문조사

- 조사목적 : 향후 소비자의 보험에 대한 신뢰도 제고 방안 마련
- 조사대상 : 본인 명의의 보험상품을 가진 20세 이상 성인 남녀 1,000명
- 조사방법 : Online Research
- 조사내용 : 보험 정책관련 인지도, 보험산업에 대한 전반적 평가 등 보험 신뢰관련 지표에 대한 체감 정도