

2024년 보험산업 과제:

③ 모집시장의 효율성 및 고객가치 제고

김동겸 연구위원

요약

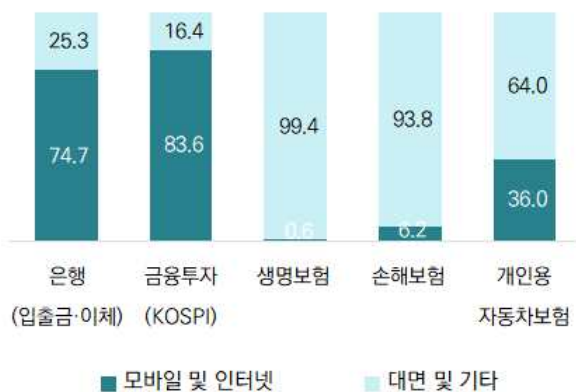
국내 보험모집시장은 대면채널이 주도하고 있는 구조로, 제판분리 현상이 보편화되고 있음. 모집시장에서 대면채널 중심의 시장구조 고착화는 판매인력 확보를 위한 회사 간 과열경쟁으로 이어져 보험상품 및 서비스 전달 방식의 혁신이나 시장의 효율성을 저해하고 소비자 피해를 유발하는 요인으로 작용하기도 함. 보험회사, 플랫폼, GA 등 모집시장 참여자는 건전한 경쟁을 통해 보험상품과 서비스 전달 방식을 혁신함으로써 모집시장의 효율성 및 고객가치를 향상시키고 산업의 신뢰를 회복할 필요가 있음

○ 국내 보험모집시장은 대면채널 중심의 시장구조로, 보험회사 판매기능의 외주화가 보편화되고 있음

- 인터넷·모바일 등을 활용한 보험상품 가입 비중은 생명보험과 손해보험 각각 0.6%, 6.2%로 은행업(74.7%)이나 금융투자업(83.6%)에서의 비대면채널 활용 수준과는 큰 차이를 보임(〈그림 1〉 참조)
 - 다만, 자동차보험과 여행자보험 등 상품구조가 간단하고 이해하기 쉬운 상품은 비대면채널 활용도가 높음
- 보험회사는 과거 전속설계사 중심의 영업방식에서 벗어나 법인보험대리점(GA)과 방카슈랑스채널 등 비전속채널에 대한 판매의존도가 높아지는 추세임(〈그림 2〉 참조)
 - 특히, GA의 대형화와 함께 자회사형 GA 설립이 증가하면서 GA채널이 모집시장의 핵심 판매채널로 자리잡음
 - 최근 10년 동안 전속설계사는 연평균 3.7% 감소한 반면, GA소속 설계사는 4.8% 증가함

〈그림 1〉 금융업권별 비대면 채널 활용도 비교

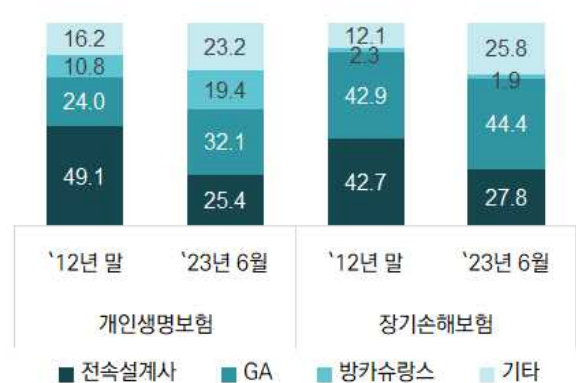
(단위: %)



주: 2021년 거래건수(은행), 거래금액(유가증권), 보험료 기준임
 자료: 한국은행, 한국거래소, 금융감독원, 보험개발원

〈그림 2〉 개인보험의 가입경로 변화

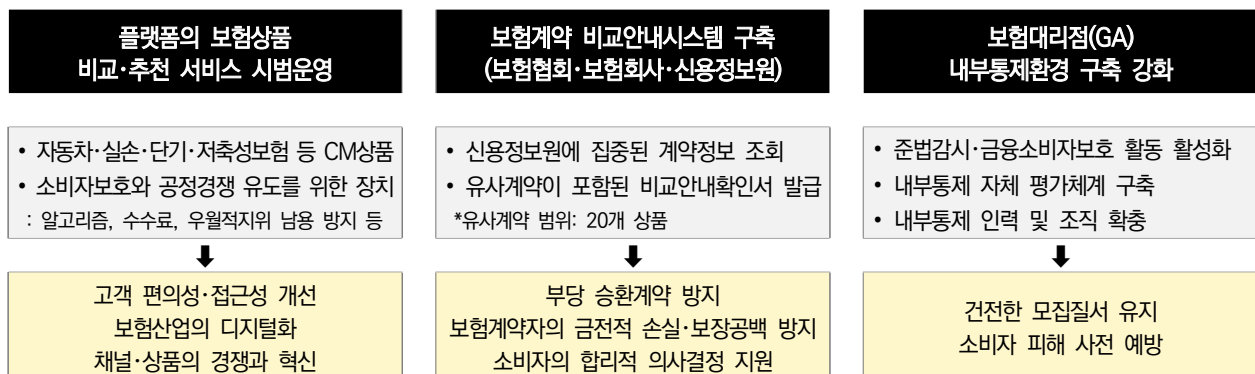
(단위: %)



주: 계약건수 기준임
 자료: 생명보험협회·손해보험협회 공시자료

- 대면채널 중심의 시장구조 고착화는 판매인력 확보를 위한 회사 간 과열경쟁으로 이어져 보험서비스 전달 방식의 혁신이나 시장의 효율성을 저해하고 소비자 피해를 유발하는 요인으로 작용하기도 함
 - 대면채널 중심의 모집시장에서는 대면 판매인력 확보가 회사의 성과로 이어지는 경향을 보임에 따라, 각 영업조직은 고객접점 확보를 위한 혁신적 노력보다는 설계사 채용과 영업조직 유지에 회사의 자원을 상당 부분 배분하고 있음
 - 설계사 확보를 위한 회사 간 과열경쟁은 영업조직 운영비용 증가로 이어져 모집시장의 비효율성을 초래함
 - 매출 확대를 동반하지 않은 판매인력 총원은 영업조직의 생산성 하락을 유발하며, 모집시장의 과열경쟁에 따른 설계사의 잦은 이직은 부당 승환계약과 같은 불완전판매나 민원 발생 가능성을 높이고 있음
- 특히, 판매자가 여러 보험회사의 다양한 상품을 소비자에게 제공하는 제판분리 환경에서는 판매자가 중립적 위치에서 소비자에게 적합한 상품을 추천하는 것이 중요하나, 지금까지는 이를 지원할 제도적 기반이 취약했음
- 이에 따라 올해 금융감독당국에서는 디지털 환경에 적합한 보험모집 제도 마련과 제판분리 환경 및 모집시장에서의 GA채널의 영향력 확대에 대응하기 위해 ① 플랫폼을 통한 보험상품 비교·추천 서비스 시범운영, ② 보험계약 비교안내시스템 구축 및 시행, ③ GA채널에 대한 내부통제 강화 정책 등을 추진 중임(〈그림 3〉 참조)
- 우선, 소비자는 올해 1월부터 플랫폼을 통해 여러 보험회사에서 제공하고 있는 다양한 온라인(CM) 상품을 비교하고 본인에게 적합한 상품을 추천받은 후 보험상품에 가입하는 것이 가능해짐
 - 보험상품 비교·추천 서비스는 온라인플랫폼에서 다양한 데이터를 활용하여 소비자에게 적합한 여러 보험회사의 보험상품을 비교·추천하고 보험계약 체결이 가능한 보험회사 홈페이지로 연결해 주는 서비스임
 - 혁신금융서비스 사업자로 지정된 11개 핀테크사¹⁾가 여러 보험회사의 자동차보험과 단기보험 상품에 대한 비교·추천서비스를 시작하였으며, 향후 실손보험, 저축성보험 등으로 보험상품 비교·추천 범위를 확대할 예정임²⁾

〈그림 3〉 2024년 보험모집 관련 주요 제도 변화



1) 엔에이치엔페이코, 비바리퍼블리카, 에스케이플래닛, 뱅크샐러드, 카카오페이, 헥토데이터, 네이버파이낸셜, 핀다, 쿠팡, 핀크, 해빗팩토리임
 2) 금융위원회 보도자료(2024. 1. 18), “「플랫폼 보험상품 비교·추천 서비스」 출시(1.19일) 준비상황 점검”; 금융위원회 보도자료(2023. 4. 7), “많은 국민들이 가입하는 보험, 플랫폼에서 비교·추천받을 수 있습니다”

- 다음으로, 소비자들이 새로운 보험계약을 체결하는 과정에서 ‘비교안내시스템’을 통해 이미 다른 보험회사에 가입된 유사보험계약 정보를 확인하는 것이 가능해짐³⁾
 - 비교안내시스템은 신계약 청약 시 신용정보원에 집중된 계약정보 조회를 통해 타 보험회사에 가입된 유사계약에 대한 비교안내를 제공해 주는 것으로, 부당 승환계약 방지와 소비자의 합리적 의사결정 지원에 목적을 두고 있음
 - 보험시장이 포화되면서 고객이 기존에 보유하고 있는 보험계약을 해지시키고 기존 보험계약과 보장내용이 유사한 새로운 보험상품에 가입시키는, 이른바 ‘부당승환’에 대한 유인이 커지고 있음
- 또한, 금융감독당국에서는 모집시장에서의 GA의 기능 확대에 대응하여 금융감독당국은 보험대리점의 자율점검 및 내부통제활동 활성화와 내부통제환경 구축강화 계획을 밝힘⁴⁾
 - 감독당국에서는 모집시장에서의 과열경쟁에 따른 소비자 피해 방지와 건전한 모집질서 유지를 위해 GA업체 스스로 법령 준수를 포함하여 충분한 위험관리체계를 구축하고 해당 시스템이 원활히 작동하는지를 점검하도록 요구함
- 이와 같은 일련의 모집제도 변화는 소비자 편익 증진과 건전한 모집시장 환경 조성에 기여할 것으로 보이나, 금융감독당국은 제도운영 과정에서 발생될 문제점들을 예의주시하고 적극적으로 대응할 필요가 있음
 - 금융감독당국에서는 보험상품 비교·추천서비스 시행 이후 소비자보호와 공정경쟁 측면에서의 부작용 등을 상시 점검할 필요가 있음
 - 예를 들어, 알고리즘 편향에 따른 부적합한 보험상품 추천, 개인정보보호 문제, 플랫폼의 우월적 지위 남용으로 인한 모집시장에서의 불공정 경쟁행위 발생 여부 등에 대한 평가가 필요함
 - 한편, 금융감독당국은 비전속채널 및 GA채널 중심으로 모집시장구조가 재편되고 있다는 점을 고려하여, 상품판매자에 대한 정보를 보다 체계적으로 공시할 필요가 있음
 - GA(상품공급자)의 규모와 모집시장에 대한 영향력이 과거에 비해 현저히 증가하였음에도 불구하고 보험회사(상품제조사) 중심의 모집정보가 제공됨에 따라, 공급자의 변화 특징과 문제점을 평가하는 데 한계가 존재함
 - 또한, 보험모집시장에서 판매채널의 다양성을 확보하면서 공정경쟁 여건을 마련하기 위해서는 채널 간 규제차익을 유발하는 모집규제 개선 사항에 면밀한 검토가 요구됨
- 한편, 보험회사, 플랫폼, GA 등 모집시장 참여자는 건전한 경쟁을 통해 보험상품과 서비스 전달 방식을 혁신함으로써 고객가치를 향상시키고 산업의 신뢰를 회복할 필요가 있음
 - 보험회사, 플랫폼, GA 등은 가격경쟁을 넘어서서 소비자들의 숨겨진 욕구를 포착하여 이들의 실질적 효용을 높이기 위해 경쟁함으로써, 소비자로부터 선택받고 이들과 장기적으로 긍정적 관계를 형성·유지할 필요가 있음

3) 금융위원회 보도자료(2023. 10. 23), “보험계약 이동 시 타사 보험정보도 꼼꼼히 확인하고 계약할 수 있습니다”; 생명보험협회·손해보험협회 (2023. 12. 22), 「보험업계, 보험계약 이동 시 비교안내 실효성 제고」

4) 금융감독원 보도자료(2023. 12. 22), “금감원, 「2023년 보험대리점 내부통제 강화 워크숍」 개최”