

제공일자	2013. 12. 5(목)	담당자	김해식 연구위원
홍보담당	김세환 부장(02-3775-9051)	연락처	02-3775-9041 010-7404-5057
		총5매	

제목 : 보험연구원 『보험상품공시 개선방안』 보고서 발간

- 보험연구원(원장 강호) 김해식, 변혜원, 황진태 연구위원은 『소비자 신뢰를 제고하기 위한 보험상품공시 개선방안』 보고서에서 소비자설문 및 실험에 기초하여 상품공시 개선안을 제시함.
- 보험소비자의 주된 정보획득경로를 고려할 때 상품설명서 개선이 가장 중요하고, 핵심 내용이 소비자에게 효과적으로 전달되도록 별도의 핵심설명서로 충분히 설명되어야 함.
- 또한, 비교공시에서는 소비자 인지도 개선이 시급하고, 비교공시 검색 기능이 개선되어야 소비자가 원하는 보험상품비교 정보를 얻을 수 있는 것으로 나타남.

□ 보험연구원은 3일(화) “소비자 신뢰를 제고하기 위한 보험상품공시 개선방안”이란 주제로 보고서를 발간함.

- 글로벌 금융위기 이후 금융회사 재무건전성과 금융소비자 보호에서 두드러진 변화가 나타나고 있음.
- 보험소비자 보호의 경우 해지환급금과 관련한 초년도 신계약비 과다 지급에 대한 간접규제가 강화되는 한편, 보험민원을 줄이기 위한 판매 관행 개선이 요구되는 상황임.
- 따라서 본 연구는 보험회사가 일반 보험소비자에게 제공하는 상품 설명서와 보험협회가 제공하는 상품비교정보(비교공시)의 개선을 통해 소비자의 보험 이해도를 높일 수 있는 방안을 제시함.

소비자의 보험 이해도가 높을수록 소비자의 보험회사 신뢰도도 높아

- 보험 및 보험상품에 대한 이해도가 높을수록 소비자가 보험회사를 신뢰하는 정도도 그렇지 않은 소비자에 비해 더 높음.
 - 상품정보를 얻는 채널이 다양할수록, 그리고 가족, 지인 등 사적 채널 보다는 판매자 채널을 통해 정보를 얻을수록 소비자의 보험상품 이해도가 높은 것으로 나타남.
 - 또한, 보험에 대한 이해도가 높은 소비자일수록 보험 이해도가 낮은 소비자보다 보험회사에 대한 신뢰도도 더 높게 나타남.

상품설명서의 핵심 내용 전달이 소비자의 보험 이해도를 좌우

- 국내 소비자의 경우 보험상품 정보를 얻는 주된 경로는 설계사 등 직접 얼굴을 마주보는 대면채널이며, 인터넷 정보 의존도는 매우 낮은 편임.
 - 여러 설문조사 결과에 따르면, 소비자는 설계사 등을 통해서 대부분의 보험정보를 얻고 있는 것으로 나타나, 설계사 등이 제공하고 있는 상품 설명서 개선이 시급히 해결해야 할 과제임.
 - 한편, 보험회사나 보험협회의 인터넷 홈페이지를 통해 제공되는 정보는 낮은 소비자 인지도를 높이는 것이 선행되어야 할 것으로 나타남.
- 상품설명서 개선은 핵심 내용을 소비자에게 효과적으로 전달하는 데 초점을 맞춰 질의응답 형식의 스토리텔링 방식이 적용된 핵심설명서를 대안으로 제시하고 모든 소비자에게 핵심설명서를 제공할 것을 제안
 - 보험계약 내용을 담은 상품설명서는 분량이 상당하고 내용도 어려워 소비자가 설명서에 담긴 정보를 이해하고 구매결정에 활용하는 데에 많은 어려움이 있음.

- 그러나 상품설명서 자체의 분량을 축소하는 데에는 한계가 있고, 내용을 소비자가 알기 쉽게 개선하는 데에도 많은 시간이 필요할 것으로 보이며, 판매단계에서 상품설명서를 활용하는 데에도 어려움이 예상됨.
- 따라서 상품설명서의 내용을 보험계약 체결에서 보험금 지급에 이르는 과정의 주요 사안별 질의응답 형식으로 요약하고 세부 내용은 상품 설명서 본문을 참조하는 방식의 2~3쪽 분량의 핵심설명서 모델을 제시

주요 사안별 질의응답형 핵심설명서가 소비자 이해도 제고에 효과적

- 20대 이상 성인남녀를 대상으로 한 소비자실험에서 모든 소비자가 짧은 분량의 일목요연한 설명을 선호하고, 정보가 주요 사안별 질의응답방식으로 제시된 경우 소비자의 정보 이해도가 더 높은 것으로 나타남.
- 변액보험의 핵심설명서 사례를 기초로 현행 핵심설명서와 연구진이 제시한 개선안을 대상으로 소비자실험을 실시한 결과,
- 모든 소비자가 현행과 개선안의 짧은 분량, 일목요연한 설명에 대해 긍정적으로 평가하였으나, 핵심설명서를 읽고 난 뒤의 이해도 평가에서는 질의응답방식으로 작성된 개선안의 소비자 이해도가 더 높음.
- 또한 핵심설명서는 판매단계에서 설계사 등이 소비자에게 보험상품의 주요 사항을 충분히 설명하는 지침으로 기능할 수 있을 것으로 기대

보험상품 비교공시는 소비자 인지도 제고가 우선되어야

- 한편, 보험협회가 제공하고 있는 보험상품비교정보는 소비자의 인지도 제고가 시급하고, 검색 기능이 크게 개선되어야 할 것으로 보임.
- 소비자실험에서 피실험자들은 단계별 검색이나 재검색 기능이 없어서 정보를 얻기가 힘들고, 비교공시 홈페이지 내부의 도움말 정보가 부족하여 정보 검색과 활용이 쉽지 않다고 답변함.

- 따라서 비교공시의 경우 도움말 정보와 검색 기능의 개선이 이루어져야 소비자의 정보 활용이 활성화될 것으로 기대할 수 있고, 이보다 보험협회 비교공시에는 소비자에게 널리 알리는 인지도 제고가 시급함.

<별첨> 보험상품 핵심설명서 예시(변액보험 사례). 끝.

☞ 본 자료를 인용하여 보도할 경우에는 출처를 표기하여 주시기 바랍니다.

<http://www.kiri.or.kr>

[별첨] 보험상품 핵심설명서 (보험계약 부문 예시)

□ 특정 변액보험의 핵심설명서를 사례로 하여 개선안을 제시

- 보험료 납부에서 보험금 수령까지의 과정을 질의응답형으로 전개
- 글상자 하나에 하나의 사안, 한 문장에 하나의 메시지를 담음.
- 내용 강조에는 밑줄보다 효과적인 굵은 글씨체와 색깔을 활용
- 세부 내용은 그림과 표 또는 상품설명서 및 가입설계서를 참조하도록 함.

● 보험계약

3. 이 상품을 구매한 계약자가 지켜야 할 사항은?	● 계약자가 보험상품을 구입하려면 보험료를 납부해야 하며, 특약이 있을 경우 주계약보험료 이외에 특약보험료도 지급 ● 계약자가 보험계약을 유지하지 못하고 중도해지할 경우 이미 경과된 위험보험료와 사업비를 계약자가 부담 ● 저축보험료 투자에서 발생한 투자수익에 대해 비과세 혜택을 받으려면 10년 이상 계약을 유지 상품설명서 본문 참조 개인별 납입보험료는 성별, 연령, 기간에 따라 다르므로 "가입설계서" 참조
4. 계약자가 납입한 보험료는 어떻게 사용되고, 보험료 중 투자비중은 얼마나 되나요?	● 저축보험료는 펀드투자에 투입되어 적립금을 형성 ● 위험보험료는 사망위험보장비용으로 사용 ● 사업비는 모집인수수료 등 판매비와 관리비용으로 사용 〈주계약보험료 구성〉 참조

〈주계약보험료 구성〉			
● 보험료 납입기간은 7년이며, 납입기간 이후 위험보험료와 사업비(유지비)는 적립금에서 차감			
● 매월 보험료가 309,211원인 경우 이중 주계약보험료 300,000원, 특약보험료 9,211원			
납입보험료		0~7년	8~18년
주계약보험료 (월납 300,000원)	저축보험료 (펀드투자비용)	267,024원~267,114원 (89.0%~89.0%)	-
	위험보험료	156원~246원 (0.052%~0.082%)	270원~606원 (0.09%~0.202%)
	사업비	32,730원 (10.91%)	2,000원 (0.67%)
	총계	300,000원 (100.0%)	2,270원~2,606원 (0.76%~0.872%)

5. 이 상품에서 향후 적립금은 얼마나 되고, 중도해지 시 해지환급금은 얼마나 될까요?	● 적립금: 저축보험료 원금의 규모, 투자기간, 운용성과에 따라 달라지므로 향후 적립금이 얼마가 될 것인지 정확하게 알 수 없음. ● 해지환급금: 계약자가 7년 이내에 중도해지 시 적립금에서 이미 경과된 위험보험료와 지출된 사업비를 차감한 해지환급금을 지급하므로 해지환급금은 납입보험료보다 적을 수 있음. 향후 예상되는 적립금은 "가입설계서" 참조 해지환급금은 〈해지환급금 예시〉 및 "가입설계서" 참조.
--	---