

제공일자	2014. 11. 10(월)	담당자	이태열 금융정책실장	
홍보담당	변철성 수석(02-3775-9115)	연락처	02-3775-9010	총3매

제목 : 보험연구원, 『보험산업 소비자 신뢰도 제고 방안』 세미나 개최

- 보험연구원(원장 강호) 이태열 금융정책실장은 “보험산업의 신뢰도 문제는 영업력 외에는 차별화가 어려운 경영 환경을 스스로 극복하고 소비자 보호와 영업 경쟁 사이에 균형을 잡지 못한 데 기인하고 있지만, 보험의 특성에 따른 본질적인 한계와 이에 대한 정책적 고려가 충분하지 않았던 것도 원인이 되고 있다”고 분석
- 이를 개선하기 위해 기본적으로 설명의무, 판매자 책임 등과 관련한 공공규제의 구체화가 필요하겠지만 이를 효과적으로 보완할 수 있는 자율규제 시스템이 구축되어야 현장에서의 체감도가 개선될 수 있을 것이라고 주장

□ 보험연구원은 11월 11일(화) 오후 2시 중소기업중앙회 대연회실에서 “보험산업 소비자 신뢰도 제고 방안”이란 주제로 정책세미나를 개최하였음.

- 이번 세미나는 보험산업의 최대 화두가 되고 있는 소비자 신뢰도 문제를 객관적으로 되짚어 보고 효과적인 개선 방안을 모색하기 위해서 마련됨.
- 이날 주제발표자인 이태열 금융연구실장은 보험산업의 신뢰도 문제를 각각 보험산업의 고유한 요인과 경영, 규제 등 내생적인 요인으로 나누어 원인 분석을 하고 효과적인 신뢰 제고를 위한 공공규제 강화 및 자율규제 보완 방안을 제시함.
- 이후 김종창 전 금융감독원장의 사회로 업계와 학계의 다양한 전문가들이 바람직한 소비자 신뢰 제고 방안에 대해 토론하는 자리를 가졌음.

보험산업의 낮은 신뢰도는 보험 고유의 성격에도 기인

- 보험산업의 신뢰도 문제는 계약의 내용이 복잡하고 **Push-marketing**이 불가피한 보험산업의 고유 성격에 크게 기인
 - 25개국을 대상으로 한 32개 직업군에 대한 신뢰도 조사에서 한국을 포함한 대부분의 국가에서 보험설계사에 대한 신뢰도는 매우 저조
 - * 31위 (한국, 독일, 네덜란드) 30위 (캐나다, 호주) 29위 (영국, 스위스) 28위 (미국, 일본)
 - GfK Verein, Trust in Professions 2014
 - 조사 대상 25개국 대부분에서 **Push-marketing** 관련 직업(보험설계사, 광고마케터, TV호스트, 소매업자)과 권력 관련 직업(정치인, 지방자치단체장, 경찰관, 공무원)의 신뢰도가 상대적으로 낮게 나타남.
- 우리나라는 기업의 소비자 중시 정도에 대한 평가에 비해 기업의 윤리성에 대한 신뢰가 크게 낮아 보험산업에 불리한 사회적 신뢰 여건 형성
 - 기업의 소비자 중시 정도와 기업의 윤리성에 대한 평가가 유사하게 나타나는 것이 일반적이나 우리나라는 윤리성에 대한 신뢰가 크게 낮음.
 - * World Economic Forum : 기업의 소비자 중심주의(13위/144개국), 기업의 윤리성(95/144)
 - * IMD : 경영에서 고객 만족의 중요도(22위/60개국), 기업 관행의 윤리성(54/60)
 - 보험산업 신뢰도 결정의 핵심 변수인 정직성에 대한 사회적 신뢰 기반이 총체적으로 취약하다고 할 수 있음.

자율적인 노력 부족과 하향식 규제도 보험의 신뢰 문제 가중

- 영업 중심 경쟁의 관행을 극복하지 못함에 따라 ‘정책 당국이 나서지 않으면 스스로 노력하지 않는 산업’이라는 부정적인 이미지 형성
 - 보험산업은 저축기관이었던 과거 이력과 영업력 외에는 차별화가 어려운 경영 환경으로부터 파생된 뿌리 깊은 영업 중심의 경영 관행이 존재
 - 가격과 상품에서의 비차별성 지속, 영업 채널에 대한 의존도 심화, 산업 내 복잡한 이해 관계 등으로 산업 자체적으로 영업 위주의 경쟁 관행을 극복하는데 실패

- 소비자 보호 강화, 소비자 선택권의 확대 등의 정책적 성과에도 불구하고 규제 사각 지대가 확대되고 현장에서의 실효성에 한계가 나타남.
 - 설명의무 강화, 적합성 원칙 도입, 판매수수료 체제 개선 등 소비자를 보호하기 위한 규제 개선이 이루어졌으나 선단 행정식 소비자 보호 정책으로 시장의 자율성과 현장에서의 현실성에는 한계
 - 제판 분리, 비전속 채널의 활성화라는 명분으로 추진된 일련의 정책은 채널을 다양화하고 소비자 선택권을 확대하였으나 스스로 영세 채널에 의한 규제 사각 지대를 확대하는 부작용을 초래

공공 규제를 구체화하고 자율 규제의 보완 기능을 활성화

- 설명의무의 경우 시행령 개정을 통해 보험계약 체결 단계에 대한 설명의무를 모집에 종사하는 자에게도 확대 적용하고, 보험회사의 상품설명서와 영업 관련 자료에도 관련 정보 제공
 - 영세 독립 채널 확대에 따른 규제 사각 지대를 축소하기 위해서 향후 구축 예정인 모집이력시스템 상의 위촉 기준과 판매 채널의 배상 자력 여부를 공시하도록 하여 시장 자율의 자정 기능 개선
- 소비자 보호 관련 규제의 경우 복잡한 현장의 목소리를 효과적으로 반영할 수 있는 상향식 자율 규제 시스템을 구축하여 공공 규제를 보완할 필요
 - 자율 규제 기능의 경우 감독당국의 위임에 의존하여 업무를 보조하는 형태에서 규제 업무에 대한 지배구조 개방, 문서 주의에 의한 투명화 등을 통해 실효성을 제고
- 강호 보험연구원장은 환영사를 통해 “신뢰도 제고는 더 이상 미룰 수 없는 시급한 과제이나 신뢰라는 것이 장기간에 복잡한 과정을 거쳐 형성되는 것인 만큼 효과적인 개선 방안 마련을 위한 논의도 지속되어야 함”을 강조함.

<별첨> 정책세미나 발표자료 1부. 끝.

 본 자료를 인용하여 보도할 경우에는 출처를 표기하여 주시기 바랍니다.

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