

소비자 금융이해력 강화 방안 : 보험 및 연금

2015. 4

변혜원·이해랑

요 약

I. 서론

- 과거에 비해 금융소비자들에게 더 많은 책임이 이동하는 경향이 있으며 금융상품의 복잡성이 심화되면서 금융소비자가 올바른 금융선택을 하기 위한 금융이해력 제고의 필요성이 부각됨.
- 한편 보험이해력이 부족할 경우, 소비자가 위험에 대한 충분한 대비를 하지 못하고, 궁극적으로는 사회적 소외, 사회안전망 비용의 증가 등 사회적 비용을 발생시킬 수도 있음.
- 그러나 많은 기존 연구들은 소비자 금융이해력 일반을 다룬 반면, 보험상품에 초점을 맞춘 연구들은 드문데, 동 보고서는 보험 및 연금 분야에 초점을 맞추어 금융이해력 강화 방안을 논의하고자 함.

II. 보험소비자 금융이해력의 중요성

- 금융이해력(financial literacy)이란 생애에 걸친 재무안정을 위해 자신의 재무적 자원을 효과적으로 관리할 수 있는 지식과 기술을 사용하는 능력을 의미함 (Jump\$tart 2015).
- 한편 보험이해력은 보험과 관련된 건전한 결정을 하고 궁극적으로 소비자의 금융복지를 성취하는 데에 필요한 위험에 대한 인식, 지식, 기술, 태도 및 행동의 조합이라고 정의할 수 있을 것임.

○ 소비자가 자신이 노출되어 있는 위험의 정도를 판단하는 위험에 대한 인식은 보험이해력에 있어서 중요한 요소라고 할 수 있음.

■ 소비자들이 보험상품 또는 보험계약에 대해 어렵다고 생각하는 이유는 크게 다음과 같음.

- 보험상품은 일정 기간 동안 발생 가능한 소비자의 위험을 보장하는 서비스를 제공하고 그 서비스의 대가로 보험료를 받는 상품임.¹⁾
- 보험상품은 계약에서 명시한 특정한 보험사건이 발생해야만 보험금이 지급되는 일종의 조건부 계약임.
- 보험의 종류에 따라 상품의 목적, 관련 개념, 계약형태 등이 다르므로, 보험 관련 의사결정을 할 때에도 종류에 따라 필요한 보험이해력의 내용이 달라짐.

■ 금융이해력 부족은 소비자가 소비자후생을 극대화하는 결정을 할 수 없도록 하며, 결국은 금융 및 사회적 소외, 정보의 비대칭성 심화, 시장참여자 간의 신뢰저하, 높은 사회안전망 비용 등 부정적 외부효과를 발생시킴.

- 다시 말해서, 금융이해력 부족의 문제는 미시적인 문제를 발생시키는 동시에 거시적인 문제를 발생시킨다고 할 수 있음.

■ 소비자들은 다양한 위험에 노출되어있는데, 이를 인식하지 못하거나 이에 대한 대비를 적절하게 하지 못할 경우 소비자후생은 감소하며, 저소득 계층에게서 더 심각하게 나타날 수 있어 공적 비용 발생의 가능성이 있음.

■ 소비자가 보험상품의 혜택과 위험을 제대로 이해하고 최적화된 의사결정을 할 때 소비자후생은 제고될 것임.

1) 따라서 소비자가 위험보장 서비스의 개념을 이해하지 못할 경우, 사후에 보험사건이 발생하지 않을 경우에는 보험금을 지급받지 못하므로 보험상품에 대한 효용을 저평가할 가능성이 있다.

- 아울러 고객이 보험상품을 구입함으로써 소비자후생을 제고할 수 있음을 인지할 때, 보험산업에 대한 신뢰도도 개선될 것임.

III. 금융이해력과 재무행태

■ Lusardi and Mitchell(2014)은 금융이해력이 금융과 관련된 실수, 일상적인 재무 관리 기술, 예비적 저축, 금융시장 참여, 은퇴계획 수립 여부, 대출 관련 행태 등에 미치는 영향을 분석한 방대한 기존 연구들을 검토함.

- 기존 연구들은 낮은 소득, 낮은 교육수준, 이민자 신분이 낮은 금융이해력과 관련 있음을 보이거나, 금융이해력과 일상적 재무관리 기술 간의 강한 상관관계가 있음을 보이도 함.²⁾
- 여러 연구들은 은퇴설계와 금융이해력 간의 상관관계를 보였으며, 금융이해력과 투자성과 간의 관계나 대출비용 간의 관계를 분석한 연구들도 있음.³⁾

■ 최근 여러 연구들은 금융이해력과 재무행태 간 인과관계 분석을 위해 도구변수를 활용하거나 실험을 사용하기도 함.⁴⁾

- Drexler et al.(2012)은 단순화된 경험법칙을 사용한 교육이 재무행동을 개선시키는 데에 효과적이었다는 결과를 제시함.
- 이의선·문정숙(2014)은 국내 대학생을 대상으로 한 실험을 통해 금융교육 전달방식에 따른 금융교육 효과를 분석함.

2) Calvet et al.(2007, 2009), Hilgert et al.(2003) 등 참조.

3) 은퇴설계와 관련하여서는 Lusardi and Mitchell(2014), de Bassa Scheresberg(2013) 등을, 투자성과와 관련하여서는 Clark et al.(2014)를 참조. 아울러 대출비용과 관련된 연구들에는 Moore(2003), Campbell(2006), Mottola(2013), Lusardi and Tufano(2009a), Utkus and Yong(2011) 등이 있다.

4) 자세한 내용은 Collins and O'Rourke(2012) 참조.

■ 중국 농경지역에서의 실험을 바탕으로 사회연결망이 날씨보험수요에 미치는 영향을 분석한 Cai et al.(2013)은 일부 소비자에게 제공한 금융교육이 다른 소비자들에게 큰 양의 확산효과를 가져왔음을 보임.

○ 한편 인도 농경지역을 대상으로 한 Gaurav et al.(2011)은 금융교육 프로그램이 강수량보험 수요에 유의한 양(+)의 효과를 주었다는 결과를 제시함.

○ Song(2012)은 중국 농촌가계들을 대상으로 한 실험을 통해서 복리개념을 배운 농부들이 연금기여를 증가시켰다는 결과를 제시함.

IV. 국내 보험소비자 금융이해력 현황

1. 금융이해력 평가

■ 지난 10여 년 동안 금융이해력 측정에 가장 자주 사용된 대표적인 질문은 Big Three라고 불리는 복리, 실질수익률, 위험분산과 관련된 질문임.

○ NFCS는 미국 성인들의 금융이해력 조사에서 Big Three 외에 추가적으로 담보대출과 채권가격 관련 사항에 대한 문항을 이해도 평가 항목에 포함함.

■ 보험소비자 설문조사에서 국내 소비자의 일반 금융이해력을 조사한 결과, 복리, 실질이자율에 대한 이해력 수준은 다른 주요국에 비해 낮은 것으로 나타났으나, 위험분산에 대한 이해력 수준은 높은 것으로 나타났음.

2. 보험이해력 평가

■ 보험계약 관련 이해도를 조사한 결과, 변액보험상품은 예금자보호를 받을 수 없다는 사실과 해지된 보험계약을 본래대로 부활시킬 수 있다는 사실에 대한 인지도는 낮게 조사됨.

- 보험소비자 설문조사⁵⁾에서는 소비자의 보험계약 관련 이해도를 알아보기 위해 변액보험상품, 해지환급금, 청약철회, 위험보험료, 해지보험계약 부활, 공시이율, 보험료지수 등에 대한 이해도를 조사함.
- 그러나 보험이해력의 경우 아직까지 일반 금융이해력 측정에 사용되는 Big Three와 같이 일반적으로 받아들여지는 질문 목록은 없음.

■ 기존 관련 연구들은 보험상품이 종류에 따라 목적, 계약형태, 개념 등이 다르므로, 모든 보험에 해당되는 일반적인 이해력 평가보다는 보험종류에 따른 이해력 평가를 하는 경향을 보임.⁶⁾

- 소비자는 특정 보험상품에 대한 이해력은 높지만, 다른 보험상품에 대한 이해력은 낮을 수도 있음.

■ 소비자 보험이해력은 크게 위험에 대한 인식과 보험계약 이해력으로 나누어 볼 수 있음.

- 먼저 위험의 인식, 위험에 대한 노출정도의 평가와 보험상품에 대한 일반적인 이해가 필요함.
- 다음으로 보장이 필요한 경우, 개별적인 보험상품 또는 연금상품을 이해하고 정보에 기초하여 적절한 상품을 구입할 수 있어야 함.

3. 소비자 실험: 위험평가 및 상품구매 결정

■ 소비자의 위험에 대한 평가 능력과 보험상품 구매행동을 살펴보기 위해 변액연금보험과 실손의료보험상품 구매 관련 실험을 실시함.

- 위험평가 및 상품선택에서 알아야 할 핵심개념을 제공한 후, 정보에 기초한 결정에 도움이 되었는지를 평가함.

5) 전용식 외(2014).

6) Tennyson(2011).

- 또한 소비자가 보험상품을 선택할 때 어떤 개념을 중요하게 생각하는지, 어떤 개념을 모르는지 직접 선택하도록 함.

■ 동 실험결과는 일반 소비자들이 자신의 위험노출 정도나 위험보장 수준 등에 대한 인식이 높지 않으며, 소비자가 위험보장 관련 의사결정에 참고할 수 있는 기준이 필요하다는 것을 보여줌.

- 변액연금보험 실험의 경우, 보험가입 상태나 기대 연금수령액 등을 확인해 볼 것을 요청하지 않은 경우에는 과반수 이상이 해당 내용을 인지하고 있지 않았음.
- 실손의료보험상품에 대한 이해평가 결과는 상품판매 시 예상 보험금에 대한 예시를 통해 소비자의 이해를 높일 필요가 있음을 시사함.
- 아울러 실손의료보험상품의 개념과 보험료 변경주기, 비례보상에 대한 내용에 대해서도 판매자의 추가적인 설명이 필요한 것으로 판단됨.

V. 보험소비자 금융이해력 강화 사례

1. 웹사이트를 통한 보험 관련 핵심정보 제공

■ 웹페이지를 통한 정보제공의 예로 미국 전미보험감독자협의회(NAIC)의 Insure U, 영국의 Money Advice Service, 호주의 Money Smart의 보험부문을 살펴봄.

- 이들의 특징은 단순한 레이아웃과 통일된 구조를 구축하여 소비자가 정보를 용이하게 검색할 수 있도록 했다는 점임.
- Insure U의 메인 페이지에서 정보를 찾기 위한 카테고리를 생애 주요사건별, 생애주기별, 보험상품 종류별로 설정한 것은 참고할 만함.
- 또한 다소 방식의 차이는 있었으나 모든 웹사이트들이 소비자가 확인하여야 할 최소한의 사항을 담은 핵심확인사항을 제공하고 있었음.

2. 연금계산기: 공적부문과 사적부문의 통합 계산체계

■ 대부분의 국가에서 웹사이트를 통해 연금계산 서비스를 제공하고 있는데, 스웨덴의 minipension.se와 호주 Smart Money의 Superannuation 계산기의 예를 살펴 봄.

- 스웨덴의 경우 공적연금과 퇴직연금수당의 예상치를 제공하고, 총 연금수당 예상금액을 제공함.
- 호주의 Superannuation 계산기는 수치뿐 아니라 단순화된 그래프로 결과를 제공하여 소비자가 퇴직연령 또는 서로 다른 연금 펀드에 따라 기대 분담금이 어떻게 달라지는지 쉽게 확인할 수 있도록 하고 있음.

3. 소비자 금융이해력 강화 프로그램 참여

■ 소비자가 처한 상황과 관련 있는, 시의적절한 프로그램 내용이 프로그램 참여를 높이는 동시에 프로그램의 효과를 높임.

- SF OFE⁷⁾의 Financial Planning Days를 일대일 재무상담을 통한 소비자 참여 확대 사례로 살펴 봄.

■ Yoong(2011)은 행태경제학을 금융교육 프로그램에 적용할 것을 제안하였는데, 교육프로그램 참여를 독려하기 위해서는 소비자들의 현재편향, 시간비일관성에 대해 고려해야 한다고 지적함.

- 한편 교육대상이 되는 그룹의 특성에 유의해야 하는데, 예를 들어 젊은 소비자들은 상대적으로 현재편향성향이 강하므로, 금융교육의 즉각적 혜택을 강조할 필요가 있음을 설명함.
- 아울러 사회적 선호나 동년배효과를 사용하는 방안도 언급함.

7) San Francisco Office of Financial Empowerment.

4. 소비자 재무행태 변화 및 유지

■ 기존 연구들은 교육내용의 범위를 제한적으로 가진 경우나, 전달하고자 하는 몇 가지 주요 개념에 초점을 맞추는 교육프로그램이 효과적이라고 보고함.

○ 참여자들에게 기본적인 개념만을 가르친 후, 더 많은 정보를 어떻게 찾는지를 가르쳐 주어 프로그램 참여 이후에도 행동변화를 유지하게 할 수 있도록 해야 함.

○ Bertrand et al.(2006)은 바람직한 행동변화 유지를 위해서 규칙적 알림, 개인의 진척과정을 체크하고 시각화하는 방법 등을 사용할 것을 제안함.

VI. 보험소비자 금융이해력 강화 방안

■ 소비자의 보험 및 연금 관련 금융이해력 강화는 위험평가 능력과 위험 및 보험 이슈에 대한 태도 등을 포함하는 일반적인 부문과 개별적인 보험계약 관련 이해력으로 나누어 접근해야 함.

○ 먼저 위험의 인식, 또는 위험에 대한 노출정도의 평가와 보험상품의 위험보장 서비스 성격에 대한 교육이나 인식은 학교 교육, 웹페이지 등을 통한 일반교육을 통해 강화하는 것이 효과적일 것임.

○ 개별 보험계약에 대해서는 상품판매 과정에서의 정보전달 개선을 통한 보험소비자 금융이해력 강화가 효과적일 것으로 판단됨.

1. 위험인식 제고 및 위험평가 능력 강화

■ 소득 관련 위험과 상해 및 질병 관련 위험을 다루었던 소비자 실험결과에서 알 수 있듯이 일반 소비자들의 위험에 대한 인식이나 본인이 노출되어 있는 위험에 대한 평가 능력을 개선할 필요가 있음.

■ 학교 교육 과정에 위험관리 및 보험상품에 관한 내용을 보강할 필요가 있음.

- 특히 보험상품은 위험을 보장해 주는 서비스에 대해 비용을 지불하고 받는 서비스임을 인식하도록 해야 함.
- 고등학교 교과 과정 중 필수과목에 위험관리 및 보험과 은퇴계획 관련 내용을 도입하는 방안을 고려해야 함.

■ 아울러 위험평가 및 위험대비 정도 평가를 위한 재무진단 서비스를 소비자 접근성과 사용 용이성 측면에서 개선해야 함.

- 아울러 공·사 협력을 통하여 국민연금, 퇴직연금 및 개인연금 예상 수령액을 일괄적으로 확인할 수 있는 체계가 필요함.

2. 정보에 기초한 올바른 개별 보험상품 선택

■ 소비자가 직면한 특정한 위험관리를 위해 정보에 기초한 올바른 상품선택을 하도록 돕기 위해서 먼저 웹페이지를 통한 보험 관련 정보제공 방식 개선안을 제안함.

- 현존하는 웹사이트의 구조를 단순화해야 하며,⁸⁾ 기본적인 내용을 담은 핵심 확인 사항을 제공하고, 용량이 너무 큰 문서는 지양해야 할 것임.

■ 소비자가 보험상품을 구입하는 과정에서 보험판매자로부터 제공받는 정보와 관련하여 상품설명서의 소비자 이해도 개선이 필요한 것으로 판단됨.

- 기존 연구들은 대부분의 소비자는 보험상품 관련 정보를 대면채널을 통해 얻는다는 결과를 보고함.
- 상품설명서 개선을 통해 상품판매자의 설명력을 개선하거나,⁹⁾ 웹사이트에서 상품종류별 핵심확인사항, 판매자에게 확인해야 할 질문 목록을 제공하여 소

8) 금융감독원 금융교육센터, 생명보험협회, 손해보험협회 웹사이트 등이 있다.

9) 김해식 외(2013)는 소비자가 상품을 이해하는 흐름에 따라 내용을 전개하는 방식의 질의 응답형 핵심설명서를 모든 상품에 전면 확대할 것을 제안한 바 있다.

비자가 활용할 수 있도록 하는 안도 고려할 수 있음.

3. 프로그램 참여, 재무행태 변화 및 유지 유도

■ 소비자 금융이해력 강화 프로그램에 대한 홍보 등을 통해 마련된 도구들에 대한 접근성을 높여야 하며, 소비자가 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 구조도 재점검해야 할 것임.

- 소비자들의 미루는 성향, 현상유지편향, 시간에 대한 비일관성을 고려하여 소비자의 금융이해력 강화 도구에 대한 접근성 개선이 필요함.
- 너무 많은 양의 정보를 제공하기 보다는, 단순화된 형태로 정보를 제공하는 것이 바람직함.
- 바람직한 행동변화 유지를 위해 규칙적 알림을 제공하거나, 스마트 폰 앱 등을 사용한 개인별 진척도 제공 방안을 제안함.
- 아울러 소비자의 자발적 참여율이 높은 일대일 상담서비스를 강화할 필요가 있음.