



보험소비자불만 개선을 위한 제언

변혜원 연구위원, 이규성 연구원

보험상품 불완전판매를 줄이기 위한 노력을 통해 불완전판매비율은 지속적으로 감소하고 있음. 불완전판매 감소 추세에도 불구하고, 불완전판매 예방과 민원의 효과적 해결을 위한 보험회사의 추가적 노력이 필요함. 이를 위해서 소비자와 보험회사 간의 자율민원조정을 활성화하고, 회사 내 중립적인 분쟁조정기구를 설치 또는 확대하여 자율적인 민원해결 역량을 강화할 필요가 있음

■ 보험상품 불완전판매 방지 노력으로 인해 불완전판매비율은 생명보험과 손해보험 부문에서 모두 감소하는 추세를 보이고 있음¹⁾

- 보험상품 불완전판매를 줄이기 위해서 회사별 불완전판매 통계 공시, 변액보험에 대한 ‘적합성 원칙’ 도입, ‘해피콜 제도’ 실시, 보험설계사 모집정보조회시스템 구축, 홈쇼핑 보험상품 불완전판매 관련 조치 등이 이루어짐
- 불완전판매 공시가 시작되었던 2011년에 1.24%였던 생명보험 불완전판매비율은 2018년 0.26%로 감소하였으며, 2011년 0.41%였던 손해보험 불완전판매비율도 2018년 0.09%로 감소함²⁾
- 2016년 각각 0.56%와 0.26%였던 생명보험과 손해보험 홈쇼핑채널 불완전판매비율도 2018년 0.19%와 0.14%로 감소함³⁾

- 1) 불완전판매란 금융회사나 금융상품 판매자가 소비자에게 적합하지 않은 상품을 판매함으로써 피해를 끼치는 행태를 의미함; 안철경·정인영(2018. 2. 26), 「보험상품 불완전판매 평가와 제언」, 『KIRI 리포트』, 보험연구원
- 2) 보험상품 불완전판매비율은 신계약 건수 대비 불완전판매로 인해 해지 또는 무효가 된 계약 건수의 비율로서 다음과 같이 정의됨

$$\frac{(\text{품질보증해지 건수} + \text{민원해지 건수} + \text{무효 건수})}{\text{신계약건수}} \times 100$$

품질보증해지 계약: 계약체결 후 3개월 이내에 상품설명 상이, 자필서명 미이행, 약관 미전달 등의 사유로 해지된 계약
 민원해지 계약: 계약체결 후 3개월 이후 상품내용 인지 미흡 등 고객이 불만을 제기하여 해지된 계약
 무효 계약: 피보험자 서면동의 누락 등 약관상 무효사유로 무효 처리된 계약

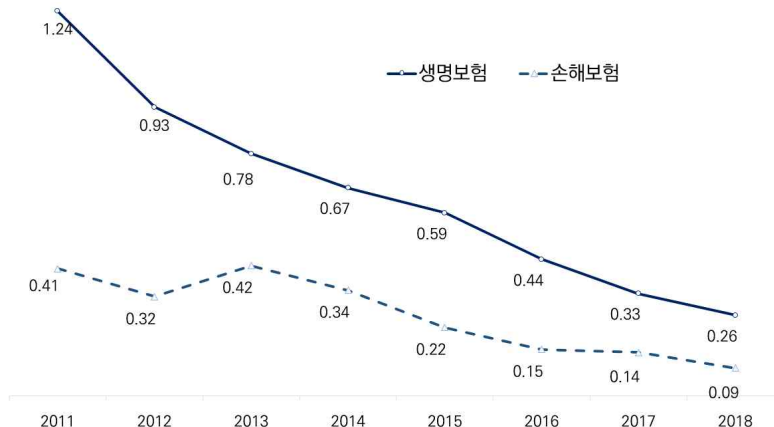
- 3) 2016년에는 「홈쇼핑사 보험상품 불완전판매 근절방안」이 마련되었음; 금융감독원·생명보험협회·손해보험협회 보도자료 (2016. 8. 18), “홈쇼핑사 보험상품 불완전판매 근절방안 마련·추진”

■ 이러한 불완전판매비율 감소 추세에도 불구하고 다른 상품에 비해 상대적으로 복잡한 상품의 불완전판매비율이 높았는데, 생명보험 부문의 종신보험과 변액보험의 불완전판매비율이 높았음(2018년 기준)

- 손해보험은 생명보험에 비해 전체적으로 불완전판매비율이 낮았으나, 손해상품 중에서는 저축성보험, 통합형보험, 질병보험 관련 불완전판매비율이 두드러졌음
 - 다만, 건수 기준으로는 질병보험 관련 불완전판매 건수가 6,099건으로 손해보험상품 중 가장 많았음 (손해보험 전체 불완전판매 건수 12,633건의 48.3%를 차지함)

〈그림 1〉 불완전판매비율 추이

(단위: %)



자료: 생명보험협회 공시실; 손해보험협회 공시실

■ 불완전판매가 개선되었음에도 불구하고 생명보험 민원 중 보험모집 관련 민원의 비중은 43.7%, 계약의 성립 및 해지 민원도 5.2%를 차지하여, 판매과정에서의 소비자불만 방지를 위한 보험회사의 추가적 노력이 필요한 것으로 판단됨(2019년 1분기 기준)⁴⁾

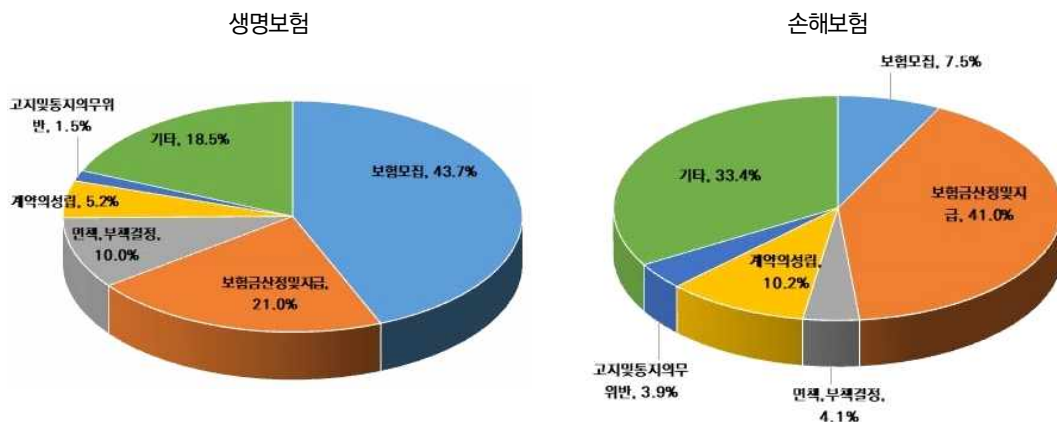
- 손해보험의 경우에도 손해보험 민원 중 계약의 성립 및 해지 민원이 10.2%, 보험모집 민원이 7.5%를 차지하였음

■ 한편 보험금 산정 및 지급 관련 민원은 보험모집 관련 민원과 함께 소비자불만의 주요 유형인데, 손해보험민원 중에는 41%, 생명보험민원 중에는 21%가 보험금 산정 및 지급 관련 민원이었음

4) 금융감독원 보도자료(2019. 7. 4), “2019년 1분기 금융민원 발생 및 처리동향”

- 일반적으로 생명보험 민원 중에는 보험모집 관련 민원의 비중이 가장 큰 반면, 손해보험 민원 중에는 보험금 산정 및 지급 관련 민원의 비중이 가장 큼

〈그림 2〉 민원유형별 비중(2019년 1분기 기준)



자료: 금융감독원

- 먼저 소비자불만을 예방하기 위해서는 판매 과정에서 소비자피해 유발 가능성이 있는 판매자 성과지급체계를 수정하고, 판매자를 위한 상품교육과 윤리교육을 강화해야 함

- 판매자에 대한 과도한 선지급 수수료 지불은 불완전판매를 발생시키는 주요 원인으로 지적되어 왔는데, 최근 문제를 일으킨 종신보험 관련 민원도 과도한 선지급 수수료가 주원인이었던 것으로 추정됨
 - 실제로 생명보험 GA채널의 불완전판매비율은 2018년 기준으로 0.6%였는데⁵⁾, 이는 생명보험 전체 평균 수치인 0.26%의 2배 이상의 수준임
 - GA채널의 경우 선지급 수수료 문제가 상대적으로 더 심각하다고 알려져 있음
- 한편 판매자가 보험상품을 제대로 이해하지 못하고 판매하여 소비자불만을 발생시키는 사례도 발생하고 있으므로, 판매자에 대한 상품교육과 윤리교육을 강화할 필요가 있음

- 아울러 이미 발생한 민원의 효과적 해결을 위해서는 협회나 보험회사 내에 중립적인 민원해결기구를 두어 자율적으로 민원을 해결하는 방안을 고려할 필요가 있음

- 소비자와 보험회사 간 자율민원조정을 통한 소비자불만 해결이 활성화되기 위해서는 먼저 자율민원조정

5) 동 비율은 변액보험을 제외한 수치이며, 변액보험상품의 GA채널 불완전판매비율은 0.78%였음. GA채널은 불완전판매비율 공시에서 법인대리점 중 기타에 해당함

기구의 중립성, 전문성 등이 확보되어야 할 것임

- 손해보험협회는 2017년 6월부터 차대차 자동차사고에 대해 민원인에게 과실비율 적용을 설명해 주고 판단 의견을 제공하는 ‘과실비율 민원센터’를 운영하고 있는데, 소비자불만 해결에 상당한 성과를 보임
 - 손해보험협회에 의하면 ‘과실비율 민원센터’의 조정 후 민원을 취하한 비율은 약 78.7%(2019년 상반기 기준)였음
- 또한 회사 내 중립적인 분쟁조정기구를 설치하거나 현존하는 기구의 역할을 확대하여 보험회사의 자율적인 민원해결 역량을 강화하고 보험회사에 대한 소비자신뢰를 개선할 필요가 있음
 - 현재 일부 보험회사에서는 고객권익보호위원회(손해보험)나 소비자권익위원회(생명보험) 등의 명칭으로 자율 분쟁조정기구를 운영하고 있음 [kiri](#)