

소비자 보호에 대한 두 가지 시각

요약

보험연구원은 보험업계와 학계의 소통을 강화하고 보험 관련 연구를 활성화하고자 산학보험연구센터(한국화재보험빌딩 13층)를 설립하고, 2019년 10월 10일 OPEN식 및 기념세미나를 개최함

산학보험연구센터는 보험업계와 학계의 소통을 통해 보험산업에 대한 이해도를 제고하여 보험산업 발전에 기여하는 것을 목적으로 함. 또한 학계의 이론적 바탕과 업계의 실무적 지식을 공유하여 보험 관련 연구에 실질적으로 기여하고자 함

본 보고서는 이번 세미나에서 논의된 소비자 보호에 대한 학계와 업계의 시각을 보험회사 경영진들과 공유하고자 작성되었음

1. 학계 의견

- 소비자 보호에 대한 보험회사의 자정노력이 필요함
 - 소비자의 이익과 회사의 이익이 충돌했을 때 회사는 어떠한 선택을 했는가를 생각할 필요가 있음
 - 회사가 과거의 약속을 이행하지 않았는지를 생각하지 않고 블랙컨슈머만을 비난할 수는 없음
- 보험회사는 상품 설계 시부터 소비자 민원이 발생하지 않도록 주의를 기울여야 함
 - 과거 잘못 설계된 상품의 보험금 지급시기가 도래하면서 민원이 증가하고 있음
 - 소비자들이 이해하기 어려운 상품이 판매되고 있으며, 판매자도 상품을 제대로 이해하지 못함
- 민원 관련 적절한 통계의 집적과 정밀한 분석이 필요함
 - 민원의 심도를 따지지 않고 민원 건수로 민원 지수를 산출하고 있는데, 민원 접수 결과를 통해 조금 더 면밀하게 문제를 파악할 수 있는 방안 마련이 필요함
- 소비자의 책임도 강조할 필요가 있음
 - 소비자가 알 권리, 교육받을 권리, 선택할 권리 등을 정당하게 행사하고 있는지 의문임

2. 업계 의견

- 업계와 소비자가 자율적으로 분쟁조정절차를 진행할 수 있는 프로세스가 필요함
 - 민원 평가는 민원 건수보다는 분쟁 해결 프로세스로 초점을 옮겨야 함
- 온정적, 정치적으로 보호받는 관례가 사라지고 법과 상식으로 민원이 해결될 수 있어야 함
 - 소비자 보호 정책을 악용하는 경우에 대해 적절한 규제가 있을 때 건전한 소비자 보호가 이루어짐
- 완전판매를 통한 소비자 보호에서 건전성 확보를 통한 소비자 보호로 나아갈 필요가 있음
 - 보험회사가 건전성을 확보하지 않고서는 소비자 보호나 소비자 이익을 기대하기 어려움
- 보험산업의 긍정적인 기능에 관심을 기울일 필요가 있음
- 보험회사에게 리스크가 큰 상품도 소비자에게 유리하면 문제가 되지 않는다는 의견이 있어 우려됨

3. 기타 의견

- 소비자를 보호한다는 명분하에 선량한 대다수 소비자가 피해를 보아서 안 됨
 - 보험사기나 블랙컨슈머에 대한 감독당국의 균형 잡힌 메시지 전달이 실질적인 소비자 보호에 중요함
- 소비자 보호 감독방향을 규정중심에서 원칙중심으로 전환하여 소비자 중심 경영이 촉진될 수 있는 환경을 조성할 필요가 있음
 - 현재의 감독 환경에서는 감독규정 준수를 위한 최소한의 활동만 수행할 유인이 있음
- 사건 발생 후 민원 해결이나 분쟁조정도 중요하지만, 사전적으로 금융 교육 등을 통해 소비자의 합리적 선택을 유도하는 것이 병행되어야 실질적인 소비자 보호가 가능함
- 보험소비자 교육을 통해 업계와 소비자 양측의 의견을 좁힐 수 있을 것으로 생각되며, 서비스 공급자(자동차 정비업체, 의료계 등)의 유인수요에 대한 연구도 필요함

산학보험연구센터

pjh@kiri.or.kr

산학보험연구센터 OPEN 기념 세미나 토론 정리

1. 학계의견

- (학계 1) 그간 보험업계는 소비자 보호를 위해 상당히 많은 노력을 들여왔는데 자살보험금 이슈로 그간의 노력이 완전히 무너졌음. 자살보험금 이슈와 같은 현안에 대해 업계는 좀 더 거시적인 차원에서 접근하였으면 좋겠음
- (학계 2) 민원 통계의 경우 업계가 민원 해결 과정에서 집적하면 좋을 통계들을 자체적으로 집적함으로써 학계의 연구와 업계의 홍보 수단으로 활용할 수 있을 것임
- (학계 3) 보유계약 수 대비 민원 건수는 생각보다 많지 않음. 따라서 소비자 민원 발생률은 보상이 이루어진 계약 건수 중 민원 발생 건수로 보는 것이 더 정확할 것으로 보임
- (학계 4) 최근 DLS 사태에서 볼 수 있듯이 소비자들이 이해하기 어려운 상품이 판매되고 있음. 소비자뿐만 아니라 판매자도 상품을 제대로 이해하지 못하고 있어 책임 소재가 불명확한 상황임. 과거 문제가 발생한 상품에 대해 상품 설계상의 문제가 있었는지를 검토할 필요가 있음
- (학계 5) 보험회사가 불필요한 보험금 지급을 줄임으로써 위험에 대비하려는 수많은 계약자에게 저렴한 가격으로 상품을 공급하는 것도 소비자 보호의 일환이라고 생각함
- (학계 6) 민원의 심도를 따지지 않고 민원 지수를 산출하고 있음. 좀 더 면밀하게 상황을 파악할 수 있는 방안 마련이 필요함. 업계에서 각 회사별 미시데이터를 연구목적으로 제공하는 것도 필요함. 한편 시장금리 하락과 경쟁 심화 등으로 보험민원 발생 소지가 높은 상품 판매가 확대되고 있음
- (학계 7) 소비자가 알 권리, 교육받을 권리, 선택할 권리, 정보탐색의 권리 등 소비자의 기본적인 권리를 정당하게 행사하고 있는지에 대해 의문임. 따라서 소비자의 책임도 강조할 필요가 있음

- (학계 8) 소비자의 이익과 회사의 이익이 충돌했을 때, 회사는 어떠한 선택을 했는가에 대해 생각할 필요가 있음. 이외에도 회사가 과거의 약속을 이행하지 않았는지를 생각하지 않고 블랙컨슈머만을 비난할 수는 없음. 보험업계가 자정하지 않으면 이러한 문제를 해결할 수 없음

2. 업계 의견

- (업계 1) 국내 보험료와 보험금 수준을 보험 선진국과 객관적으로 비교할 필요가 있음. 현재 보험 민원 관련 분석으로는 국내 보험소비자들이 내는 보험료와 받는 혜택을 입체적으로 분석하지 못함
- (업계 2) 보험민원에 대한 관심이 민원 건수보다는 분쟁 해결 프로세스로 초점을 옮겨야 함. 업계와 소비자가 자율적으로 분쟁조정절차를 진행할 수 있는 프로세스가 필요함
- (업계 3) 무해지 환급형 상품은 만기까지 유지할 경우 보험소비자에게 이익이 됨. 그러나 만약 한 사람이 해당 상품의 계약자 다수에게 계약이전을 받아 만기까지 유지하면 보험회사에 손해를 입힐 수 있음. 이에 대해 보험소비자에게 유리한 상품이므로 문제가 없다는 의견이 많음. 그러나 보험회사가 살아남지 않고서는 소비자 보호나 소비자 이익도 없음. 이성적인 판단이 필요함
- (업계 4) 소비자 보호 정책을 악용하는 경우에 대한 적절한 규제가 있을 때 건전한 소비자 보호가 이루어질 것으로 생각됨. 또한 소비자 보호 관련 연구를 할 때 금융감독원이 공개한 통계도 중요하지만, 현장을 이해하는 것이 중요하다고 생각함
- (업계 5) 지금까지는 완전판매를 통한 소비자 보호에 집중하였으나, 앞으로는 건전성 확보를 위한 소비자 보호로 나아갈 필요가 있음. 또한 소비자 보호 관련 통계가 지나치게 불완전 판매에 초점이 맞춰져 있는 것으로 보이며, 장기적으로는 전체 민원 건수를 줄이는 것에 초점을 맞추어야 함
- (업계 6) 보험산업은 고객의 보험사고 발생을 걱정하는 착한 산업임. 그러나 소비자 민원과 관련하여 보험산업이 고객을 걱정하지 않는 것으로 보여 우려됨. 소비자 보호 맞은편에 도덕적 해이, 과잉진료, 의료쇼핑 등이 있음. 정당한 소비자들이 보호를 받으려면 온정적이고 정치적으로 보호받는 관계가 사라지고 법이나 상식으로 대부분의 분쟁이나 민원들이 해결될 수 있어야 함
- (업계 7) 보험금을 지급한다는 긍정적인 기능에 관심이 적은 상황이 안타까움. 소비자의 인식 개선이 이루어지지 않는다면 보험회사의 보장 범위가 줄어들 수밖에 없음. 할인·할증제도 도입 등을 통해 소비자들이 선택할 수 있는 부분들을 세분화해야 업계의 면밀한 리스크 관리가 가능함

3. 기타 의견

- (기타 1) 정보의 비대칭 등으로부터 소비자를 보호하는 것은 당연하고 감독당국의 중요한 역할임. 이미 정보공시, 민원 및 분쟁 해결 제도 등을 통해 과거에 비해 소비자 보호 정책이 매우 선진화되었음
- (기타 2) 보험가입자 중 절대 다수는 사고가 없는 보험금 미청구자이므로 보험금 청구자를 보호한다는 미명하에 불완전한 보험금을 지급하게 되면 대다수 미청구자들이 피해를 입게 됨
- (기타 3) 소비자 보호 감독방향을 규정중심에서 원칙중심으로 전환함으로써 큰 원칙 내에서 소비자 경영이 촉진될 수 있는 환경을 조성할 필요가 있음. 현재의 규제감독 환경에서는 규제 감독규정 준수를 위한 최소한의 활동만 수행할 유인이 있어 소비자 경영활동에 한계가 있음
- (기타 4) 사건 발생 후 민원 해결이나 분쟁조정 등을 통해 해결하는 불완전판매 등에 대한 사후적 보호도 중요하지만, 사전적인 금융 교육 등을 통해 소비자의 합리적 선택을 유도할 수 있도록, 불완전구매에 대한 사전적 보호방안이 병행되어야 실질적인 소비자 보호가 가능함
- (기타 5) 보험사거나 블랙컨슈머에 대해 감독당국은 균형잡힌 메시지를 전달하는 것이 실질적인 소비자 보호 정책으로 바람직할 것임
- (기타 6) 보험소비자 교육은 소비자 보호 관련 이슈 중 중요한 이슈인데, 최근의 논의에서 제외되고 있는 것으로 보임. 보험소비자 교육을 통해 업계와 소비자 양측의 의견을 좁힐 수 있을 것으로 생각됨
- (기타 7) 보험소비자 보호 이슈는 상대방의 다양성을 인정하는 수준에서 끝나는 부분이 아니므로 제도를 만들어가고 운영해가는 과정에서 여론에 휩쓸리기보다는 객관적이고 공정한 판단이 중요함
- (기타 8) 민원이 다수 발생하였던 상품은 기본적으로 상품 설계에 문제가 있었음. 기본적으로 상품 설계 시 민원 발생을 방지하는 것이 중요하다고 생각함
- (기타 9) 소비자와 공급자 사이에 있는 서비스 공급자(자동차보험의 경우 정비업체, 실손의료보험의 경우 의료계)의 유인수요도 중요한 역할을 하는데, 이 부분에 대한 연구가 필요한 것으로 보임