



「보험다모아」의 평가 및 개선방안

박선영 연구위원, 황인창 연구위원

요약

■ 정부의 핀테크 육성책과 맞물려 온라인 보험슈퍼마켓인 「보험다모아」가 지난해 11월 23일 첫 시연회를 가진 이후, 이에 대한 평가가 엇갈리고 있음. 긍정적인 평가는 온라인 전용 보험상품에 대한 소비자 접근성이 확대되고 향후 사업비 절감효과에 따른 가격인하 효과가 기대된다는 반응임. 하지만 현행 「보험다모아」 모형의 문제점은 실질적인 의미에서의 원스톱 서비스 결여, 가격 비교기능의 실효성 의문, 온라인 플랫폼을 확장하여 부가가치를 창출하고자 하는 유인 결여 등으로 요약할 수 있음. 향후 「보험다모아」가 실질적인 소비자 채널로 정착하기 위해서는 고객들이 상품 비교에서부터 가입까지 원스톱 서비스를 제공받을 수 있는 시스템 구현, 고객이 이해하기 쉬운 직관적 검색조건 분류, 고객 니즈에 맞는 검색조건 세분화, 그리고 「보험다모아」가 다양한 서비스 기능을 추가할 수 있도록 상품 공급자 및 운영자에 대한 유인 제공이 필요함.

■ 금융위원회는 2015년 11월 ‘금융개혁 핵심과제 핀테크’의 주요 과제 중 하나로 온라인 보험슈퍼마켓 「보험다모아」(<http://www.e-insmarket.or.kr>)를 출범시켰음.

- 「보험다모아」는 소비자들에게 원스톱 서비스를 제공함과 동시에 사업비 절감을 통한 보험료 가격 인하를 도모한다는 취지에서 도입되었음.
 - 원스톱 서비스는 고객이 원하는 다양한 서비스들을 한 곳에서 제공하는 것을 의미하는데, 여기서는 접속-검색-비교-구매가 한 곳에서 이루어지는 것을 의미함.
- 「보험다모아」의 벤치마크 사업모형은 국내 온라인 펀드슈퍼마켓과 외국의 가격 비교 사이트인 보험 에그리게이터(agggregator) 모델을 꼽을 수 있음.
 - 에그리게이터란 여러 가지 보험상품의 비교와 원스톱 쇼핑이 가능한 인터넷 사이트로 영국의 “Confused.com”, “MoneySuperMarket.com”, “gocompare.com” 등을 들 수 있음.

■ ■ 현재 「보험다모아」는 생·손보험회 공동 주관으로 운영되며 상품별 가격 비교기능에 초점이 맞춰져 있음.

- 지난해 출범 초기 총 33개 보험회사, 217개 상품으로 시작된 「보험다모아」에 최근 들어 가격경쟁력이 있는 사이버마케팅(CM) 상품들이 점차 확대되고 있음.
 - 현재 실손, 자동차, 여행자, 연금보험 및 보장성·저축성보험 등의 비교가 가능함.
 - 자동차보험의 경우 CM 전용상품이 초창기에는 1개사(삼성)에서 최근 들어 5개사(롯데, 메리츠, 삼성, 현대, KB)로 확대됨.

■ ■ 현행 「보험다모아」 모형의 문제점은 실질적인 의미에서의 원스톱 서비스 결여, 가격 비교 기능의 실효성 의문, 온라인 플랫폼을 확장하여 부가가치를 창출하고자 하는 유인 결여 등으로 요약됨.

- 첫째, 현재 「보험다모아」의 주요 기능이 보험회사 웹사이트로 연계시키는 정도에 머물고 있어 실질적인 원스톱 서비스 제공은 요원한 상태임.
 - 실질적인 구매는 개별 보험회사나 텔레마케팅(TM) 채널을 재차 이용해야 하는 소비자의 불편이 존재함.
- 둘째, 소비자 입장에서 상품 구분이 너무 단순하여 자신에게 맞는 상품을 검색할 수 없어 가격 비교 기능의 실효성도 의문시 됨.
 - 「보험다모아」에서 제공되는 정보와 실제 구입단계에 보험회사에서 제공하는 보험료 가격정보가 일치되지 않는 경우가 발생하고 있음.
- 셋째, 비상업적 단체인 협회가 운영하고 있어 「보험다모아」라는 온라인 플랫폼을 확장하여 부가가치를 창출하고자 하는 유인이 결여되어 있음.
 - 「보험다모아」가 단순히 가격 비교 기능만이 아닌 고객이 원하는 다양한 서비스를 개발하고 제공해야 플랫폼으로서의 가치가 생기는데, 현재에는 이러한 유인이 낮음.

■ ■ 「보험다모아」가 실질적인 소비자 채널로 정착되기 위해서는 다음과 같은 개선방안을 검토할 필요가 있음.

- 첫째, 고객들이 상품 비교에서부터 가입까지 원스톱 서비스를 제공받을 수 있도록 시스템이 구현되어야 함.
- 둘째, 고객이 이해하기 쉽게 직관적으로 검색 조건을 분류하고, 고객 니즈에 맞게 검색 조건을 세분화하여 실질적인 상품 비교가 가능해야 함.
 - 일례로 자동차 보험의 경우 차종 선택 시 배기량뿐만 아니라 제조사, 모델, 연료방식, 변속기

선택 후 특정 차종 선택 기능 등 소비자 니즈에 맞는 추가검색 기능이 요구됨.

- 궁극적으로 현재 시장에 존재하는 상품들의 단순한 열거가 아닌 고객이 원하는 보장내용을 입력하면 실시간으로 여러 회사의 상품들이 제시되는 형태가 되어야 함.

● 셋째, 「보험다모아」가 다양한 서비스 기능을 추가할 수 있도록 상품 공급자 및 운영자에 대한 유인을 제공할 필요가 있음.

- 「보험다모아」가 실질적인 온라인 플랫폼으로 성장하기 위해서는 단순가격 비교 기능뿐 아니라 판매 및 온라인 자문 등 다양한 비즈니스 모델을 구축할 필요가 있음.

- 해외 펀드슈퍼마켓, 보험 에그리게이터 등의 신 채널은 자문서비스와 융합되어 펀드, 보험, 주식 등 개인의 투자포트폴리오를 관리해 주고 수수료를 받는 온라인 랩 플랫폼(Online Wrap Platform)으로 진화하고 있기도 함.

- 상업적 마인드를 갖는 전문업체가 「보험다모아」를 운영하는 방안도 고려할 수 있음. [kiri](#)