

요약

- 2001년 12월부터 보험산업에서는 금융 신상품 개발 촉진 등을 위해, 기존상품과 구별되는 독창성이 있는 신상품에 대해 일정기간 독점적 판매권한을 부여하는 배타적사용권 제도가 운영되고 있음
 - 배타적사용권은 신상품 개발이익을 보호하고 상품복제에 따른 무임승차 가능성을 차단함
 - 상품의 독창성, 진보성, 유용성, 노력도 등을 반영하여 배타적사용권은 최대 12개월까지 부여되고 있음
- 2002년부터 2024년 7월 1일까지 생명보험의 경우 총 193건의 배타적사용권 신청 건 중 152건이 승인되었으며, 손해보험의 경우 총 153건의 신청 건 중 131건이 승인됨
 - 특히, 2015년 10월 금융위원회·금융감독원의 보험산업 경쟁력 강화 정책 로드맵 발표 이후 생명보험과 손해보험 모두에서 활발하게 승인이 이루어지고 있음
 - 2016년 4월 이후 배타적사용권 취득 상품 중 75%가 제3보험 영역과 관련이 있는 상품으로 나타남
 - 최근 보험산업에서 신상품 개발은 기존에 존재하지 않았던 보장담보보다 편의성·접근성이 뛰어난 특별약관, 제도성 특약, 서비스 중심으로 이루어지고 있음
- 보험산업에서는 타 금융산업과 비교하여 2배 이상 긴 12개월의 배타적사용권 효력기간을 부여받을 수 있음에도 현재까지 단 한 건의 상품만이 최대 효력기간을 부여받음
 - 현재 다양한 보장담보가 충분히 제공되고 있음에 따라, 새로운 시장을 창출할 수 있는 독창성·진보성·유용성이 있는 차별화된 상품이 출시되기는 어려운 상황임
 - 배타적사용권이 소비자 혜택에 일정 부분 기여하나, 실질적인 보장공백을 해소해 주는 상품판매로 이어지지 못하고 판매채널의 판매수단으로 사용된다는 한계가 있음
- 최근 고령화가 가속됨에 따라 잠재적으로 큰 시장규모를 지닌 새로운 시장이 형성되고 있으며, 노후 건강관리와 관련된 보장공백이 새롭게 조명됨에 따라 배타적사용권의 적극적인 활용이 예상됨
 - 보험회사들은 보장성보험과 건강관리 서비스를 융합한 상품을 통해 보장공백을 메우려 하고 있으며, 향후 현행 배타적사용권 최대 효력기간인 12개월을 부여받는 상품의 수가 증가할 것으로 예상됨
- 배타적사용권이 신상품 개발을 촉진하여 고령화 시대에 걸맞은 새로운 시장이 창출된다면, 보장공백 해소로부터 소비자 편익이 개선되고 보험산업이 발전할 수 있음

1. 서론¹⁾

- 2001년 12월부터 보험산업에서는 금융 신상품 개발 촉진 등을 위해, 상품개발에 많은 노력과 비용이 소요되고 기존상품과 구별되는 독창성이 있는 신상품에 대해 일정기간 독점적 판매권한을 부여하는 배타적사용권 제도가 생명·손해보험협회에서 운영되고 있음
 - 배타적사용권은 신상품 개발이익을 보호하고 상품복제에 따른 무임승차 가능성을 차단함
 - 양 협회는 배타적사용권을 신상품 개발회사의 선발이익 보호를 위하여 일정기간 다른 회사가 유사한 상품을 판매할 수 없게 하는 독점적 판매권한으로 정의하고 있음
 - ① 새로운 담보내용을 동반한 위험률을 적용한 상품, ② 새로운 급부방식 또는 서비스를 적용한 상품, ③ 기타 기존상품 및 서비스와의 차별성 등에 비추어 배타적사용권의 부여가 필요한 상품 중 적어도 하나에 해당하는 상품을 신상품으로 정의함
 - 공정거래법에서는 사업자단체가 경쟁을 제한하는 행위를 금지하고 있으나,²⁾ 배타적사용권의 운영은 공정거래위원회의 사전인가를 통해 허용되고 있음³⁾
 - 생명보험협회의 경우 하나의 신상품심의위원회가 모든 생명보험 보험종목에 대해 심의하고 있으며, 손해보험협회의 경우에는 각 보험종목별(일반손해보험, 자동차보험, 장기손해보험)로 별도의 신상품심의위원회를 두어 운영하고 있음
- 배타적사용권의 심사항목에는 독창성, 진보성, 유용성, 노력도 등이 포함되며, 신상품심의위원회의 심의를 통해 80점 이상을 부여한 위원이 출석위원의 3분의 2 이상인 경우에 한 해 배타적사용권이 부여됨
 - 생명보험협회와 손해보험협회의 신상품심의위원회는 각각 협회장이 위촉하는 7인 이내, 7인의 위원으로 구성됨
 - 각 신상품심의위원회의 위원장은 각 협회 보험상품 업무를 관장하는 임원이 담당하며, 위원회의 위원은 회사의 상품개발 담당임원(선임계리사 포함) 2인, 보험에 관한 학식과 경험이 풍부한 자 2인, 소비자 권익 보호에 대한 지식과 경험이 풍부한 자 1인, 보험개발원 각 업종 상품담당 임원 1인으로 구성됨
 - 생명보험협회는 위원의 구성과 관련하여 회사의 상품개발 담당임원(선임계리사 포함)과 보험에 관한 학식과 경험이 풍부한 자에 대해 2인으로 한정하지 않고 2인 이내로 규정하고 있음
 - 각 심사항목에 대한 배점은 각각 독창성(20점), 진보성(35점), 유용성(35점), 노력도(10점)로 구성되며, 배타적사용권 부여자격이 있는 경우에는 80점 이상의 점수만을 대상으로 산출한 평균점수를 기준으로 하여 배타적사용권의 효력기간이 결정됨
 - 배타적사용권의 효력은 심의일로부터 발생하며, 평균 80점 이상 85점 미만의 경우 3개월, 85점 이상 90점 미만인 경우 6개월, 90점 이상 95점 미만인 경우 9개월, 95점 이상인 경우 12개월의 효력기간이 부여됨
- 본고는 보험산업 배타적사용권의 운영실태를 살펴보고, 시사점을 도출하고자 함

1) 생명보험협회(<https://www.klia.or.kr/member/exclUse/rule/list.do>); 손해보험협회(<https://www.knia.or.kr/data/law/law05>)

2) 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 51조 ①항

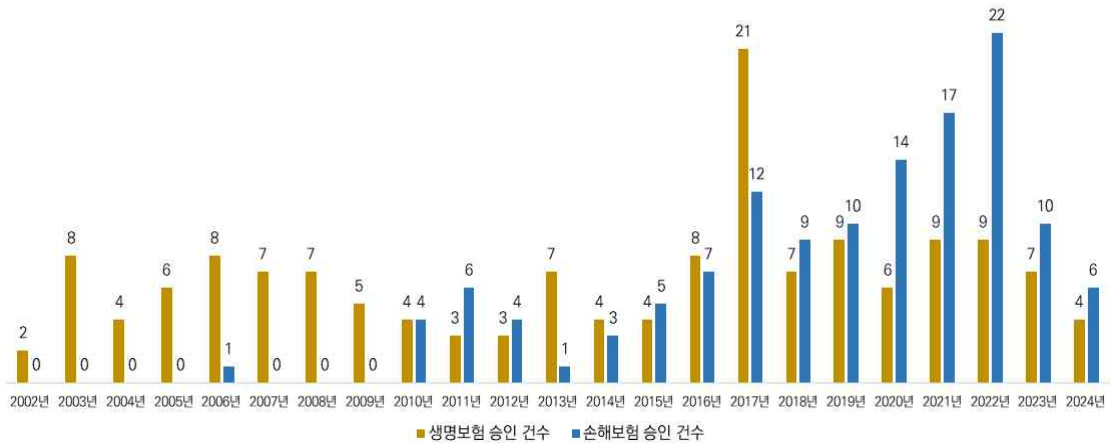
3) 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 40조 ②항

2. 배타적사용권 운영실태 및 평가

- 신청이 이루어지기 시작한 2002년부터 2024년 7월 1일까지 생명보험의 경우 총 193건의 배타적사용권 신청 건 중 152건이 승인되었으며, 손해보험의 경우 총 153건의 신청 건 중 131건이 승인됨
- 특히, 2015년 10월 금융위원회·금융감독원의 보험산업 경쟁력 강화 정책 로드맵⁴⁾ 발표 이후 생명보험과 손해 보험 모두에서 활발하게 승인이 이루어지고 있음
 - 보험산업 경쟁력 강화의 일환에서 2016년 4월부터 배타적사용권 효력기간이 최대 12개월로 확대되고, 배타적사용 권 부여 상품에 대한 타사 침해 시 벌칙조항이 대폭 강화됨
 - 아이디어 발굴, 시장 조사, 시스템 적용, 인가, 판매 등 신상품 개발 노력에 비해 배타적사용권 효력기간이 상품 복제 관행을 차단하는데 실효성이 부족하다는 측면에서 2016년 4월부터 배타적사용권 효력기간은 기존 최대 6 개월에서 최대 12개월로 확대되었음
 - 또한, 신규 상품개발을 적극 독려하고 지원할 수 있는 환경을 마련하기 위해, 최대 제재금은 기존 3,000만 원에서 수입보험료의 20% 등으로 변경되었음
 - 생명보험에서는 2017년 21건의 배타적사용권 승인이 이루어진 뒤로 매년 꾸준히 6~9건이, 손해보험에서는 2016 년 이후 매년 9건 이상이 승인되고 있다는 점에서 정책 효과는 상당한 것으로 판단됨

〈그림 1〉 연도 및 업권별 배타적사용권 승인 건수 추이

(단위: 건)



자료: 생명보험협회(<https://www.klia.or.kr/member/exclUse/exclResult/list.do>); 손해보험협회(<https://www.knia.or.kr/report/new-review/new-review02>)

4) 금융위원회(2015), 「보험산업 경쟁력 강화 로드맵」

○ 배타적사용권 승인과 관련하여 최근 대형사⁵⁾의 비중은 감소하였으며, 산업 내 신상품 출시 경쟁은 강화됨

- 총 152건의 생명보험 배타적사용권 승인 건수 중 대형사의 비중은 43%였으며, 총 131건의 손해보험 배타적사용권 승인 건수 중 대형사의 비중은 70%였음
 - 배타적사용권의 승인은 생명보험에 비해 손해보험에서 대형사의 비중이 크게 나타남
- 기간별로 살펴보면 생명보험은 대형사의 비중이 39~46% 수준으로 비교적 고르게 나타났으며, 손해보험은 대형사의 비중이 2010년 이전 100%에서 2021년 이후 60%로 감소함
- 계리사 수가 많은 대형사를 중심으로 배타적사용권 획득이 쉬울 것이라는 우려가 존재하기도 하였으나, 실제로 대형사 쏠림 현상은 나타나지 않았음
 - 2023년 기준 대형사의 계리사 수는 728명으로 전체(1,273명)의 57%, 배타적사용권 승인 건수는 9건으로 전체(17건)의 53%를 차지함

〈표 1〉 기간 및 회사규모별 배타적사용권 승인 건수 추이

(단위: 건, %)

기간	생명보험				손해보험			
	대형사	중소형사	소계	대형사 비중(%)	대형사	중소형사	소계	대형사 비중(%)
~ 2010년	20	31	51	39	5	0	5	100
2011~2020년	33	39	72	46	54	17	71	76
2021년 ~	13	16	29	45	33	22	55	60
총계	66	86	152	43	92	39	131	70

주: 생명보험 대형사에는 교보생명, 삼성생명, 한화생명이 포함되며, 손해보험 대형사에는 삼성화재, 현대해상, DB손해보험, KB손해보험, 메리츠화재가 포함됨

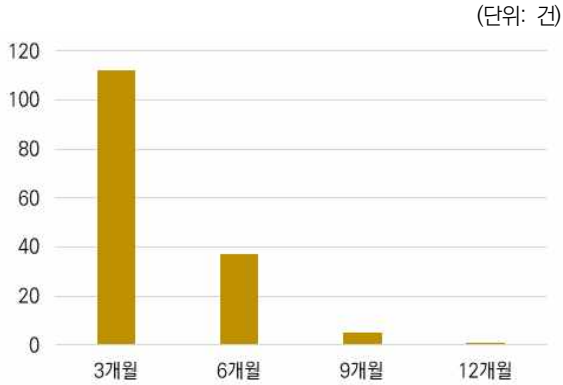
자료: 생명보험협회(<https://www.klia.or.kr/member/exclUse/exclResult/list.do>); 손해보험협회(<https://www.knia.or.kr/report/new-review/new-review02>)

○ 효력기간 분포는 생명보험의 경우 3개월(112건), 6개월(37건), 9개월(5건), 12개월(1건)로 나타났으며, 손해보험의 경우 3개월(110건), 6개월(55건), 9개월(3건)로 나타남

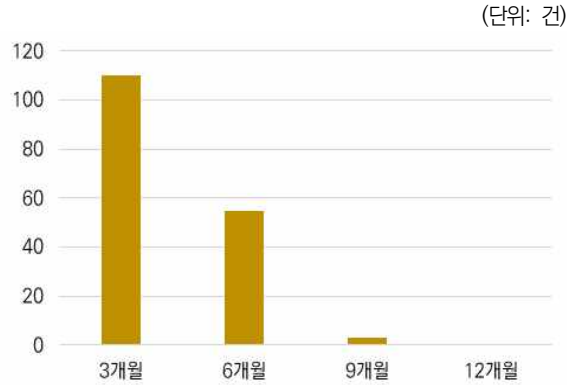
- 배타적사용권 기간이 최대 12개월로 확대되었음에도 불구하고, 실질적으로 기존상품과 크게 구별되는 독창성이 있는 상품개발은 미흡한 상태임
 - 2016년 이후 9개월 이상의 효력기간을 부여받은 상품의 비중은 생명보험의 경우 6.7%, 손해보험의 경우 1.6%에 그침

5) 교보생명, 삼성생명, 한화생명, 삼성화재, 현대해상, DB손해보험, KB손해보험, 메리츠화재를 대형사로 분류함

〈그림 2〉 생명보험 효력기간 분포



〈그림 3〉 손해보험 효력기간 분포



자료: 생명보험협회(<https://www.klia.or.kr/member/exclUse/exclResult/list.do>)

자료: 손해보험협회(<https://www.knia.or.kr/report/new-review/new-review02>)

- 2016년 4월 이후 배타적사용권 취득 상품 중 생명보험의 66%(88건 중 58건), 손해보험의 81%(121건 중 98건)가 제3보험 영역과 관련이 있는 상품으로 나타남
 - 2016년 4월 개정된 협정으로부터 제3보험 영역의 신상품은 배타적사용권 취득 시 생명보험과 손해보험 모두에서 공동으로 보호받을 수 있게 됨
 - 최근 건강보험 수요가 꾸준히 증가하고 있다는 점 등은 공급 측면에서 상품개발 유인을 증대시킴
 - 소비자의 수요가 탄력적인 제3보험 영역의 상품은 단기적인 매출로 직결될 수 있음
- 또한, 최근 보험산업에서 신상품 개발은 기존에 존재하지 않았던 보장담보보다 편의성·접근성이 뛰어난 특별약관, 제도성 특약, 서비스⁶⁾ 중심으로 이루어지고 있음
 - 현재 다양한 보장담보가 충분히 제공되고 있음에 따라, 새로운 시장(New pie)을 창출할 수 있는 독창성·진보성·유용성이 있는 차별화된 상품이 출시되기는 어려운 상황임
 - 과거에는 CI보험, 변액보험 등으로부터 새로운 시장이 창출되기도 하였으나 현재 소득보상보험을 제외한 주요 상품들이 모두 판매되고 있음
 - 신상품 개발이 어려운 상황에서 새로운 특별약관, 제도성 특약, 서비스 등의 개발로 배타적사용권을 취득하여 여러 상품에 부가하려는 경향이 두드러짐
 - 2020년 이전에는 배타적사용권 신청 건 중 생명보험의 경우 30%, 손해보험의 경우 20%가 특약·서비스만으로 구성된 상품이었으나, 2021년 이후에는 생명보험과 손해보험 각각 57%, 32%로 그 비중이 증가하였음

6) 서비스의 예시로는 특정 조건 충족 시 보험료 일부를 환급해 주는 서비스, 질병 예방 및 건강관리를 위한 케어 서비스 등이 있음

〈표 2〉 기간 및 상품종목별 배타적사용권 신청 건수 추이

(단위: 건)

기간	생명보험			손해보험			
	보장성	저축성	특약·서비스	장기	일반	자동차	특약·서비스
~ 2010년	35	30	14	5	0	1	1
2011~2020년	26	29	22	50	11	4	17
2021년 ~	13	3	21	40	4	0	21
총계	74	62	57	95	15	5	39

주: 상품종목의 경우 각 협회에 공시된 자료를 기반으로 저자가 직접 재분류하였음; 변액상품 및 퇴직상품의 경우 저축성으로 분류하였으며, 특약·서비스는 특별약관, 제도성특약, 서비스 등으로만 구성된 상품임

자료: 생명보험협회(<https://www.klia.or.kr/member/exclUse/exclResult/list.do>); 손해보험협회(<https://www.knia.or.kr/report/new-review/new-review02>)

- 배타적사용권이 소비자 혜택에 일정 부분 기여하나, 실질적인 보장공백을 해소해 주는 상품판매로 이어지지 못하고 판매채널의 판매수단으로 사용된다는 한계가 있음
 - 기존에 존재하지 않던 새로운 보장보다는 새로운 기능 등을 통해 소비자 혜택을 증가시키고 있으며, 판매채널이 이를 부각시켜 판매에 활용하고 있기는 하나 상품판매에는 큰 영향을 미치지 않는 것으로 알려짐
 - 독창성 등의 부족으로 인해 배타적사용권 효력기간이 몇 개월에 불과한 상황에서 곧 이은 경쟁사들의 유사상품 판매는 독점판매의 효과를 경감시킴

3. 타 금융산업 배타적사용권 운영실태

- 증권산업의 경우, 금융투자협회의 「증권회사의 신상품 보호에 관한 협약」으로부터 배타적사용권 제도가 운영되고 있음⁷⁾
 - 증권산업에서는 배타적사용권을 신상품 개발 증권회사의 선발이익 보호를 위하여 일정기간 타 증권회사가 유사한 상품을 판매할 수 없도록 하는 독점적 지위와 관련된 권한으로 정의됨
 - 동 협약에서 신상품은 증권회사가 관계법규 및 증권업계의 관행 등에 따라 통상적으로 영위하는 상품 이외의 상품으로써, ① 신금융기법 등 새로운 기술 및 아이디어를 적용한 상품, ② 기존상품에 대한 창의적·진보적 발전을 이룩한 상품, ③ 새로운 컴퓨터기술을 이용한 비즈니스 모델을 적용한 상품 중 하나에 해당하는 상품으로 정의됨
 - 보험산업과 달리, 증권산업에서 배타적사용권은 최대 6개월까지만 부여됨

7) 금융투자협회 법규정보시스템(<https://law.kofia.or.kr/service/law/lawFullScreenContent.do?seq=254&historySeq=663>)

- 증권산업에서는 2009년 11월부터 2019년 10월까지 총 28건의 신청에 대해 배타적사용권이 부여되었으며,⁸⁾ 그 이후로는 배타적사용권 승인이 이루어지고 있지 않음
 - 28건의 각 승인 건에 대해 효력기간 분포는 1개월(3건), 2개월(4건), 3개월(17건), 4개월(3건), 5개월(1건)로 나타났으며, ELS, ELB 상품이 대다수였음
- 은행산업의 경우, 은행연합회의 「은행신상품선발이익보호규약」이 정하는 바에 따라 기존상품과 구별되는 독창적인 신상품은 은행신상품심의위원회로부터 우선판매권을 부여받을 수 있지만, 은행들의 신청이 전무함에 따라 2005년 이후 동 규약은 활용되지 않고 있음
 - 은행산업에서의 우선판매권은 보험산업, 증권산업에서의 배타적사용권과 유사함
 - 은행산업에서 우선판매권 신청이 이루어지지 않는 주된 이유는 금리를 근간으로 만들어지는 은행상품 특성상 독창성을 인정받기 쉽지 않고, 그로 인해 심사를 통과해도 점수가 낮아 보호기간이 짧기 때문임
 - 이와 더불어, 보험산업과 증권산업에서는 신상품심의위원회의 의결 시 재적위원이 최대 7명으로 구성되는 데 비해 은행산업에서는 8~10명으로 구성되며, 신상품심의위원회 조직 구성 또한 타 금융산업에 비해 다양함

4. 시사점

- 배타적사용권은 회사의 이미지 제고, 상품개발 인력 동기 부여, 영업채널 선호 등의 효과가 있는 데 반해, 실질적인 판매 증가로 이어지지 못하는 한계가 있음
 - 신상품 판매를 위한 교육, 판매 준비 등을 고려할 때 상대적으로 짧은 효력기간을 부여받는 경우, 효력기간 동안의 독점판매 효과는 크지 않음
- 보험산업에서는 타 금융산업과 비교하여 2배 이상 긴 배타적사용권 효력기간을 부여받을 수 있음에도 현재까지⁹⁾ 단 한 건의 상품만이 최대 효력기간을 부여받음
 - 양 협회의 신상품 개발이익 보호에 관한 협정에 따르면 독창성·진보성·유용성이 있는 신상품은 최대 12개월까지 효력기간을 부여받을 수 있어 신상품 개발을 위한 보다 긍정적인 여건이 조성되어 있음
 - 상품개발 경쟁으로 이미 다양한 보장담보가 개발된 상황에서, 새로운 보장을 통하여 차별화된 상품을 출시하기는 어려운 상황임

8) 금융투자협회가 2009년 2월 출범되었다는 점에서 신상품심의위원회 결과는 2009년도부터 제공되고 있음

9) 2024년 7월 30일 기준임

- 최근 고령화가 가속됨에 따라 잠재적으로 큰 시장규모를 지닌 새로운 시장이 형성되고 있으며, 노후 건강관리 (Health care)와 관련된 보장공백이 새롭게 조명됨에 따라 배타적사용권의 적극적인 활용이 예상됨
 - 보험회사들이 소비자들의 노후 건강관리 보장수요에 발맞춰, 보장성보험과 건강관리 서비스를 융합한 상품을 통해 보장공백을 메우려 하고 있어 향후 현행 배타적사용권 최대 효력기간인 12개월을 부여받는 상품의 수가 증가할 것으로 예상됨
 - 지난 7월, A 생명보험회사는 업계 최초로 보험 미진입 영업인 경도인지장애와 최경증치매 진단 시 디지털 기술을 결합한 치매 맞춤형 돌봄로봇을 제공하는 치매보험 신상품을 개발하여 12개월의 개발이익부여를 신청함
- 배타적사용권이 신상품 개발을 촉진하여 고령화 시대에 걸맞은 새로운 시장이 창출된다면 보장공백 해소로부터 소비자 편익이 개선될 수 있음
 - 최대 12개월의 배타적 상품 판매를 위해 보험회사들이 보장 공백을 겨냥하는 혁신적인 보험상품과 서비스를 지속적으로 개발한다면 보험산업 또한 함께 발전할 수 있음