

【 주간이슈 】

현물지급형 상조보험과 상조서비스 제공방안

황진태 연구위원

- 끊임없는 상조업체의 잡음 속에서 보험회사의 상조시장 내 역할이 점차 커지고 있는 가운데, 현물지급형 상조보험이 소비자보호 강화 측면에서 설득력 있는 대안으로 등장함.
 - 현물지급형 상조보험은 상조회사와 연계하여 보험회사가 약정된 상조서비스를 책임지고 제공한다는 점에서 소비자보호가 가능
- 현물지급형 상조보험 판매 시 보험회사가 직면하는 리스크로는 사망리스크, 미래가격변동 리스크, 상조회사 관련 거래상대방 리스크 등이 있음.
 - 상조회사 관련 거래상대방 리스크로는 상조회사의 서비스 미이행, 파산, 범죄 등에 의해 발생 가능
 - 이는 보험회사의 이미지 실추를 야기할 수 있어 보험회사가 평판리스크에 노출될 우려
- 상조회사 관련 거래상대방 리스크에 대비한 상조회사 운영방안으로 아웃소싱방식이나 자회사를 활용한 방식을 고려할 수 있음.
 - 상조회사를 아웃소싱이나 자회사로 활용하는 방안은 해당 리스크를 내부화하는 장점
 - 특히, 자회사 방식은 다양한 고객 니즈에 적합한 상품개발에도 효과적
- 상조회사를 자회사로 활용하는 방안에 대해 정책당국의 유권해석이 유보적인 가운데, 소비자보호와 보험회사의 경영효율성 제고 차원에서 자회사 활용을 용이하게 하는 정책방안에 대한 고려가 필요함.

1. 논의 배경

□ 보람상조 횡령사건을 시작으로 상조업체의 도덕적 해이 현상과 소비자피해가 끊이지 않고 있음.

- 보람상조, 한라상조, 현대종합상조, 국민상조 대표의 비리 등 상조업체와 관련된 도덕적 해이와 소비자불만이 끊임없이 이어지고 있음.
- 한편, 관혼상제 의식이 복잡하고 우리사회에 핵가족화와 고령화가 급속히 심화됨에 따라 상조시장은 지속적 확대를 보일 것으로 기대

□ 그 가운데 대기업을 비롯한 농협, 신협, 일부 보험회사 등이 추가로 상조시장 진출을 계획하고 있음.

- 보안업체인 삼성 에스원, NH농협, 신협과 일부 보험회사는 자사의 전국적인 조직망을 이용하여 상조시장 진출계획을 수립 중
- 상조서비스업은 지난 9월에 시행된 개정 할부거래법의 규제를 받고 있는데, 동법은 자본금 3억원 이상을 충족하고 일정서류만 구비하면 어떠한 업체도 상조서비스업 등록이 가능
- 농협의 경우 위탁형태의 효드림 공제상품 판매를 중단하고 직영방식의 상조상품 판매를 계획 중

□ 최근 들어 상조시장에서의 보험회사 역할론이 대두되고 있는 가운데, 현물지급형 상조보험상품의 출시가 소비자보호 강화에 기여하기 시작함.

□ 이에 본고는 현물지급형 상조보험을 중심으로 관련된 리스크의 특징을 살펴보고, 상조서비스를 제공함에 있어 효율적인 운영방안이 무엇인지를 논의하고자 함.

- 현물지급형 상조보험과 관련하여 보험회사가 직면할 수 있는 리스크가 어떤 것이 있는지를 살펴보고, 해당 리스크와 관련하여 소비자보호와 보험회사의 이미지 제고를 위해 어떠한 상조서비스 제공방식이 효과적일지를 검토

2. 상조보험의 종류

□ 현재 보험회사들이 판매하고 있는 상조보험은 상조서비스의 직접적 제공 여부에 따라 단순 제휴형과 현물지급형으로 대별됨.

- 단순제휴형 상조보험은 보험회사가 피보험자 사망 시 보험수익자에게 상조지원금을 지급한 후 상조서비스를 위해 해당 수익자에게 상조회사를 단순히 소개하는 형태
- 현물지급형 상조보험은 보험회사가 상조회사와 연계하여 상조서비스를 제공함에 있어 전적으로 책임을 지는 형태

<단순제휴형 상조보험>

□ 단순제휴형 상조보험은 다수의 보험회사에 의해 마케팅 차원에서 주로 판매되고 있는 가운데, 상조회사가 야기하는 소비자피해를 미연에 방지할 만한 장치가 없음.

- 단순제휴형 상조보험은 상조회사와 단순한 제휴관계 외에는 어떠한 법적 책임관계를 갖지 않으므로 상조회사가 소비자에게 상조서비스를 이행하지 않을 경우 보험회사가 이를 강제할 방법이 없음.
- 따라서 상조회사가 야기할 수 있는 소비자피해는 고스란히 소비자에게 전가되어 소비자보호 기능은 전무한 상태

<현물지급형 상조보험>

□ 반면, 현물지급형 상조보험은 보험회사가 상조서비스 제공에 전적으로 책임을 진다는 측면에서 소비자보호에 기여함.

- 현물지급형 상조보험의 경우 실질적으로 상조회사와 연계하여 운영하는 방식이기는 하나, 보험회사가 현물형태의 상조서비스를 전적으로 책임지고 직접 제공하는 방식으로 약정된 상조서비스에 대한 보장이 가능
- 따라서 소비자보호를 위해서는 단순 제휴 형태보다는 현물지급형 상조보험이 효과적

3. 현물지급형 상조보험 관련 리스크

- 보험회사가 현물지급형 상조보험을 판매하고 상조회사와 연계하여 상조서비스를 제공하는 경우 노출될 수 있는 리스크로는 사망리스크, 미래가격변동 리스크, 상조회사 관련 거래상대방 리스크가 있음.

<사망리스크>

- 현물지급형 상조보험 판매 시 보험회사가 직면할 수 있는 리스크로는 피보험자의 사망과 관련한 사망리스크가 있으나, 상조보험 가입 시 피보험자의 평균 연령이 기존의 사망보험에 비해 상대적으로 높다는 점을 감안할 때 리스크는 더 크다고 할 수 있음.

- 상조보험은 일반사망보험과 마찬가지로 일반사망, 상해사망, 질병사망, 재해사망 등을 담보로 할 수 있으나, 상조보험의 사망리스크는 일반적인 사망보험의 피보험자와 그 구성이 다르므로 엄밀한 의미에서 동일 리스크는 아님.
 - 일반사망보험에 비해서는 가입 시 피보험자의 연령이 높다는 측면이 존재하기 때문에 사망리스크가 더 크다고 볼 수 있음.
- 상조보험은 보험가입의 목적이 장례비용의 충당에 있기 때문에 피보험자 사망 시 보험수익자의 이익을 목적으로 하는 일반사망보험과는 달리 보험가입금액 자체가 소액
- 해당 사망담보에 대한 상조서비스 제공에 대해 주계약이나 특약형태의 상품개발이 모두 가능

<미래가격변동 리스크>

- 현물지급형 상조보험은 피보험자 사망 시 제공되는 상조서비스를 완전히 보장하는 형태의 보험이므로 미래에 발생 가능한 장례용품 및 서비스 관련 가격변동에 대해 보험회사는 해당 리스크에 직접적으로 노출됨.
- 정액형 상조지원금을 지급하는 상조보험의 경우는 미래가격변동 리스크에는 노출되지 않지만, 보험회사가 상조서비스를 책임지고 직접 제공하는 현물지급형 상조보험은 가격변동 리스크에 노출

<상조회사 관련 거래상대방 리스크>

- 보험회사가 현물지급형 상조보험을 판매할 경우 상조서비스를 제공하는 상조회사가 야기하는 거래상대방 리스크도 존재함.
 - 상조회사 관련 거래상대방 리스크에는 상조서비스 미이행 리스크, 상조회사의 파산리스크와 범죄리스크 등을 들 수 있음.
 - 최근 들어 실제로 상조시장과 관련하여 상조회사의 서비스 미이행이나 장례서비스에 대한 소비자 불만으로 인한 민원이 다수 발생(2005년 22건; 2006년 27건; 2007년 28건)¹⁾
 - 아울러 상조회사의 재무상태가 악화됨에 따라 높아지는 파산리스크와 상조회사의 대표의 횡령 또는 비리 등의 범죄리스크가 상존

4. 현물지급형 상조보험 관련 리스크 대응방안

- 사망리스크와 미래가격변동 리스크는 적정 요율산출을 통해 보험료에 반영하는 방법을 이용하면 될 것임.
 - 사망리스크는 기존의 사망 관련 경험데이터를 이용하여 피보험자의 구성비 조정을 통해 리스크 계산 후 보험료에 반영
 - 미래가격변동 리스크를 보험료에 적절히 반영하기 위한 방안으로 자동갱신타율제도를 이용하는 것도 하나의 방법
- 현물지급형 상조보험 판매 시 상조회사 관련 리스크에 대비하기 위한 방안으로 그 운영 방식에 따라 아웃소싱, 자회사, 직영 방식으로 대별할 수 있음.
 - 보험회사가 피보험자 사망 시 상조회사와 어떠한 형태를 통해 상조서비스를 제공할 것인지에 따라 아웃소싱하는 방식, 자회사로 활용하는 방식, 직영하는 방식으로 나누어 고려해 볼 수 있고, 해당 순서대로 리스크의 내부화는 심화됨.

1) 한국소비자원, 「상조업실태조사」, 2007.

<아웃소싱 방식>

- 아웃소싱 방식은 보험회사가 상조회사와 아웃소싱 계약을 통해 상조서비스를 직접 제공하는 방식으로써 현실적 대안으로 채택될 가능성이 높은 방식들 중의 하나임.
 - 일부 보험회사가 상조보험을 판매하면서 취하고 있는 방식
 - 상조회사를 아웃소싱함으로써 비용을 절감할 수 있고, 소비자보호도 상당한 수준으로 가능하다는 점에서 상조서비스 제공의 현실적인 대안으로 활용 가능
 - 그러나 고객의 니즈에 맞는 맞춤형 상조서비스 상품개발에는 어느 정도 한계가 있음.

<자회사 방식>

- 보험회사가 상조회사를 자회사로 운영함으로써 고객만족 제고와 소비자보호를 동시에 추구할 수 있는 방안을 고려할 수 있음.
 - 보험회사가 상조회사를 자회사로 둘 경우 보험회사의 경영전략에 부합한 상조서비스 제공이 가능하고, 상조서비스와 관련하여 다양한 고객의 니즈에 적합한 상조상품을 개발할 수 있다는 장점이 존재
 - 아울러 소비자보호 기능도 강하여 상조회사 뿐만 아니라 모회사인 보험회사의 이미지 제고나 브랜드 가치 상승에도 기여할 것으로 판단

<직영방식>

- 상조서비스를 보험회사가 직접 운영하여 제공하는 방식도 고려해 볼 수 있는데, 이는 상조회사 관련 리스크를 완전히 내부화함으로써 소비자보호에 만전을 기할 수 있는 장점이 있음.
 - 그러나 직영방식인 경우 보험회사가 직접 상조서비스와 관련된 전문인력과 노하우를 구축하고 축적하여야 한다는 점에서 상조 관련 경험이 부족한 보험회사에게 과도한 비용을 발생시킬 우려가 존재

<표 1> 상조회사 운영방안

상조회사 운영방안	내용
아웃소싱 방식	- 보험회사가 상조서비스를 아웃소싱을 통해 책임지고 제공한다는 점에서 소비자보호에 일조 - 상조회사 관련 리스크를 일정 부분 내부화 가능 - 비용절감 차원에 현실적 대안일 수 있음 - 다양한 맞춤형 상조서비스 제공에는 어느 정도 한계
자회사 방식	- 상조회사 관련 리스크의 내부화 - 모회사인 보험회사의 경영전략에 부합할 뿐만 아니라 고객의 니즈에 적합한 맞춤형 상조서비스 제공도 가능 - 자회사인 상조회사 뿐만 아니라 모회사인 보험회사의 이미지 제고와 브랜드 가치 상승에도 공헌
보험회사의 직영방식	- 보험회사의 직영이므로 상조회사 관련 모든 리스크를 완전 내부화할 수 있는 장점 존재 - 그러나 상조서비스 관련 전문인력과 경험부족으로 인해 과도한 비용발생 우려

5. 상조사업 관련 자회사 규정과 시사점

□ 보험회사의 경영전략상 단순 아웃소싱이나 자회사를 활용하여 고객에게 상조서비스를 제공하는 방식이 비용측면이나 소비자보호를 통한 보험회사 이미지 제고 측면에서 가장 적합한 상조서비스 제공방식일 것으로 판단됨.

- 아웃소싱이나 자회사를 활용한 현물지급형 상조보험은 소비자보호 강화라는 측면에서 상조시장 내 순기능의 역할을 충실히 해낼 것으로 판단되고 현실적으로 실현 가능한 대안
- 그러나 다양한 고객니즈와 보험회사의 경영전략에 부합하는 상조보험 상품개발을 위해서는 상조서비스를 전문으로 하는 회사를 자회사로 두는 방안이 효과적일 것으로 판단

□ 상조회사를 자회사로 활용하는 방안을 위하여 자회사 관련 보험업법 규정을 살펴보면 신고로써 자회사 설립 가능성을 보여주는 근거 법조항이 존재함.

- 보험업법 제115조에 따르면 보험업의 건전성을 저해하지 않은 업무인 경우 금융위원회의 승인을 통해 자회사 소유가 가능
- 아울러 동법 시행령 제59조 제1항 제12호에는 “건강, 장묘, 장기간병, 신체장애

등의 사회복지사업 및 이와 관련한 조사, 분석, 조언업무”인 경우 신고로써 자회사 설립이 가능한 것으로 규정

□ 그러나 보험업법 시행령 제59조 제1항 제12호를 근거로 상조사업을 신고로써 자회사화 할 수 있는냐에 대한 금융위원회의 유권해석은 다소 유보적인 상태임.

- 금융위는 상조회사가 실질적인 장례서비스를 제공한다는 차원에서 장의 및 묘지 관리업에 해당되는 것으로 일부 인정
- 그러나 상조회사가 미래의 공동위험에 대한 대처차원에서 선불금을 수취한다는 점과 상조사업 자체에 대한 사회복지사업으로서의 성격 여부에 대해서는 판단하기 곤란하다는 점을 들어 자회사 해석에 대해 명확한 판단을 유보
- 아울러 상조회사의 자회사 성립 여부에 대해서 개별사안으로 접근하여 사업의 성격을 종합적으로 검토한 뒤 판단하겠다는 입장 견지

<표 2> 보험회사의 상조서비스 자회사 관련 금융위원회 유권해석

<보험업법 제115조와 동법 시행령 제59조제1항제12호 관련 금융위원회의 유권해석>

□ 상조사업이 보험업법 시행령 제59조제1항제12호(건강·장묘·장기간병·노인복지·신체장애 등의 사회복지사업)에 해당되는지의 여부

- 가입자들로부터 돈을 받고 사망시 장례서비스(수의, 접객용품 판매, 매장 관련 서비스)를 제공하는 상조사업은
 - 외형상 한국표준산업분류표 9392호의 장의 및 묘지 관리업에 해당될 소지가 일부 있으나,
 - 미래의 위험에 공동으로 대처하기 위하여 회원간에 선불금을 수취하는 등 사업의 특성상 장의 및 묘지 관리업에 해당된다고 단정하기는 곤란함.
- 또한 문의하신 상조사업이 시행령 제59조제1항제12호의 사회복지사업을 수행할지 여부는 판단하기 쉽지 않은 측면이 있으므로,
 - 개별 상조사업의 정관·추진사업 등을 종합적으로 고려하여 판단되어야 할 것으로 사료됨.

자료: 금융위원회(<http://www.fcsc.kr/>) 참조

□ 그럼에도 불구하고 최근 들어 늘어난 상조 관련 소비자 불만을 감안해 볼 때 보험회사가 현물지급형 상조보험 판매 시 소비자보호와 경영효율성 제고측면에서 상조회사를 자회사로 활용 가능하도록 하는 정책적 방안이 고려될 필요가 있음.

- 상조회사가 제공하는 상조서비스가 보험회사의 상조보험과 밀접한 관련을 맺고

있을 뿐만 아니라 소비자보호를 강화하는 차원에서 보험회사가 상호회사를 자회사로 둘 수 있는 통로 확보에 용이성을 제고할 필요가 있음.

- 상호서비스 관련 소비자보호 강화를 목적으로 보험업법 시행령 제59조 제1항 제12호에 해당하는 장묘 관련 업무에 상호서비스업을 포함시키는 방향으로의 새로운 검토를 고려해 볼 필요

- 또한 동법 시행령 제59조 제1항 제14호의 “그 밖에 보험업의 영위와 밀접한 관련이 있는 업무로서 총리령이 정하는 업무”에 있어 그 업무에 대해 특별한 규정이 존재하지 않는 가운데 해당 업무에 상호서비스 업무를 포함시키는 방안도 고려

- o 아울러 동법 제115조에 근거하여 금융위의 승인을 통해 자회사를 두는 방법도 존재하므로 보험회사는 상호서비스를 제공함에 있어 자회사를 적극적으로 활용하는 방법을 고려해 볼 필요가 있음. KiRi