

요약

온라인·모바일 쇼핑플랫폼을 통한 보험 선물하기가 출시되어 미니보험 시장 확대에 대한 기대를 높이고 있음. 동 서비스는 일상생활에서 모바일을 통해 다양한 소비생활을 영위하는 MZ세대 소비방식 및 모바일 중심의 생태계에 보험 접목이라는 점에서 의미가 있음. 이번 모바일 보험 선물하기 출시를 기점으로 향후 다양한 모바일 기반 보험서비스 제공이 기대되나, 향후 불완전판매 방지 및 안정적인 서비스 제공을 위해서는 온라인·모바일 플랫폼을 통한 보험판매에 대한 구체적인 가이드라인이 제시될 필요가 있음

- 최근 온라인 쇼핑플랫폼을 통한 보험 선물하기가 출시되어 미니보험(소액형 간편보험)의 저변 확대에 대한 기대를 높이고 있음
 - 카카오택머스는 쿠팡파이맵스¹⁾과 함께 카카오톡 선물하기에 미니보험 12종을 선보이고 판매를 시작함
 - 동 서비스는 소비자 본인이 카카오톡 내 카카오톡 선물하기에서 직접 보험을 구매해 타인에게 선물을 하는 방식으로 보험 선물을 받은 자가 해당 보험의 혜택(보장)을 받는 형식임
 - 쿠팡파이맵스는 각 보험회사로부터 보험상품을 제공받아 판매하는 중계자 역할을 하며, 소비자는 쿠팡파이맵스가 제공하는 보험을 카카오 선물하기 내에서 선택하여 원하는 사람(본인 포함)에게 선물하고 선물받은 소비자(피보험자)는 선물에 부여된 번호를 카카오톡 내 청약화면에 입력만 하면 별도의 회원가입 없이 보험가입이 완료됨
 - 카카오택머스에서 현재 구매 가능한 보험은 원데이 골프 홀인원 보험, 차박 보험, 등산 보험, 펫 보험, 부모님을 위한 효도 보험, 다이어트 보험, 싱글 안심 보험 등 소액형 보험으로 실생활과 밀착된 보험이 주를 이루고 있음
 - 제공되는 보험은 최저 900원대~최고 2만 원대로 소액보험이며 선물받는 소비자(피보험자)별 언더라이팅이 필요 없는 보험으로 구성됨
- 그동안 쇼핑플랫폼에서 보험상품을 판매하는 것은 보험업법상 모집행위로 간주되어 불가능했으나, 작년 '혁신금융서비스'로 지정되어 온라인상 보험의 구매 또는 선물이 가능하게 됨
 - 금융위원회는 '20년 12월 22일 혁신금융서비스 15건을 지정하면서 온라인 쇼핑플랫폼을 활용한 보험 모바일상품권 서비스를 허용함
 - 현재 보험업법상 온라인에서 보험 모바일 상품권을 판매하는 행위가 모집으로 간주될 경우, 무자격자에 의한 보험모집 및 모집 대가 지급이 되므로 판매가 불가능했음

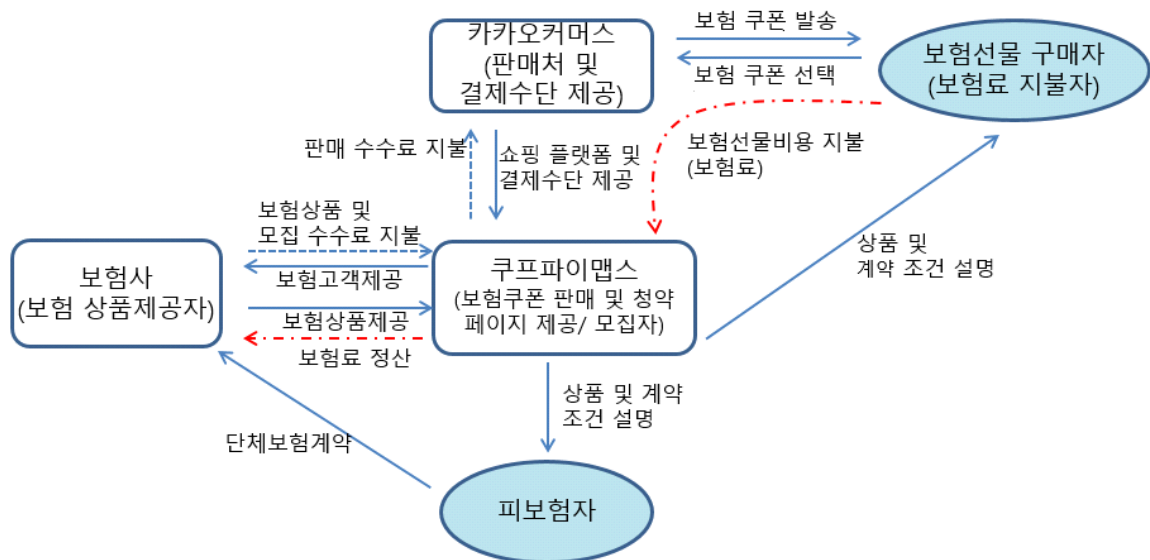
1) 쿠팡파이맵스는 GA라이센스를 보유한 인슈어테크사로 모바일 쿠폰 서비스 전문업체인 쿠팡마케팅의 자회사임('18년 9월 설립)

- 그러나 금융위원회는 이번 혁신금융서비스 지정을 통해 온라인 쇼핑플랫폼의 보험 모바일 상품권 판매행위를 모 집으로 간주하지 않도록 특례를 부여하고, 소비자가 온라인 쇼핑플랫폼에서 보험 모바일 상품권(쿠폰)을 구매 또는 선물하여 보험에 가입하거나 보험료 납부에 활용할 수 있도록 하는 서비스를 허용함²⁾
- 또한 보험의 경우 원칙적으로 보험기간 시작 전에 보험료를 수납받도록 규정되어 있으나, 온라인 쇼핑플랫폼 마 다 대금 정산 시점이 다르므로 보험기간이 시작된 이후에도 보험료 납부 즉 보험 모바일 사용권 정산이 가능하도 록 특례를 부여함³⁾

○ 보험을 구매한 소비자가 지불하는 보험료는 쿠팡파이맵스를 통해 보험회사로 제공되며 보험을 제공하는 보험회 사는 쿠팡파이맵스에게 모집수수료를 지불하고 쿠팡파이맵스는 카카오커머스에 광고비를 지불함

- 보험 선물하기는 보장을 받는 피보험자를 특정하기 어려우므로 보험회사에 단체계약 형식으로 이루어지며, 계약자를 모집하는 GA는 특정 계약만큼 보험사에 선지급하고 실제 이루어지는 계약은 사후 정산함
- 보험을 선물하는 소비자(보험료 지불자)와 선물을 받는 소비자(실제로 보험 혜택을 받는 자)에게 전달되는 보험상품 및 보험계약에 대한 설명은 모집자인 쿠팡파이맵스에서 제공함

〈그림 1〉 카카오커머스 제공 보험 선물하기 거래 흐름도



자료: 쿠팡파이맵스가 제공한 기사를 재구성함

○ 이번 출시된 모바일 보험 선물하기는 보험 쿠폰의 진화, 일상생활에서 모바일을 통해 자연스럽게 소비하는 MZ 세대 소비방식 및 모바일 중심의 생태계 접목이라는 점에서 기존 보험 및 보험서비스와 차별화됨

2) 금융위원회 보도자료(2020. 12. 22), “혁신금융서비스 15건 지정 7~9 온라인 쇼핑플랫폼을 통한 보험 모바일 상품권 서비스”
 3) 금융위원회 보도자료(2020. 12. 22), “혁신금융서비스 15건 지정 7~9 온라인 쇼핑플랫폼을 통한 보험 모바일 상품권 서비스”

- 이미 '19년 모바일 보험 상품권은 G마켓 옥션 등을 통해 판매되거나, 카드사 회원을 대상으로 e-쿠폰 형태의 보험 쿠폰 선물 판매 등 다양한 시도가 이루어져 왔음
 - 소비자는 G마켓이나 옥션 혹은 NH농협멤버스 앱 내 포인트몰에서 정액권 보험 쿠폰(3천 원, 5천 원, 1만 원, 2만 원의 정액권 형태 쿠폰)을 구매 후 NH농협손보 앱 또는 홈페이지에서 상품권 번호를 입력하면 액면가액 만큼의 보험료가 결제되고 보험가입이 완료됨⁴⁾
 - KB국민카드 회원은 자사 앱(리브메이트)에서 보험상품을 선택 후 받을 사람의 전화번호를 입력하여 선물하고, 선물 받은 사람은 안내 문자메세지를 받고 추가 가입절차 없이 보험보장 서비스를 제공받음('20년 출시)
- 그러나 이번 카카오톡머스를 통한 보험 선물하기 출시는 만 원대의 부담 없는 선물이 필요할 때 시간과 장소에 구애 받지 않고 손쉽게 주고받는 MZ세대의 소비행태와 보험을 연결시켰다는 점에서 이전 시도들과 차이가 있으며, 앞으로 실생활과 밀접한 간편보험시장 성장에 기여할 수 있을 것으로 기대됨

○ 보험 선물하기의 모바일 쇼핑플랫폼 판매를 계기로 다양한 모바일 기반 보험 상품 및 서비스 제공이 이루어질 것으로 예상되나 향후 모바일 기반 보험서비스 제공이 안정적으로 이루어지기 위해서는 온라인·모바일 플랫폼을 통한 보험판매에 대한 가이드라인을 명확히 할 필요가 있음

- 최근 금융위원회가 발표한 온라인 금융플랫폼의 서비스 사례 발표에 따르면, 현재 온라인 플랫폼을 통해 보험서비스를 제공하는 방식이 단순 광고대행이 아닌 미등록 중개행위로 판단되어 금융소비자법의 적용대상이 되며 시정이 필요하다고 판단함⁵⁾
- 단, 이번 보험 선물하기는 금융위원회의 혁신금융서비스 지정⁶⁾에 따라 진행된 것으로 금융소비자법 저촉 대상에 해당하지는 않음
- 모바일 기반 서비스가 일상화되어 있는 현재 소비패턴을 감안할 때 생활밀접형 보험서비스의 확산을 위해서 향후 다양한 모바일 기반 보험서비스가 제시될 것으로 전망되며, 이를 위해서는 온라인·모바일 플랫폼을 통한 보험판매에 대한 기준과 규정이 명확하게 제시될 필요가 있음

4) 동 서비스는 '19년 혁신금융서비스로 지정되어 보험료 선불쿠폰 판매가 보험계약의 모집에 해당되지 않도록 규제 특례를 받아 혁신서비스로 지정되어 가능했음

5) 금융위원회·금융감독원 보도자료(2021. 9. 7), “온라인 금융플랫폼의 건전한 시장질서 확립을 위한 관련 금융소비자보호법 적용사례”

6) 앞서 언급한 바와 같이 온라인 쇼핑플랫폼의 보험 모바일 상품권 판매행위를 모집으로 간주하지 않도록 특례를 부여함