

 보험연구원 Korea Insurance Research Institute	보 도 자 료			
	보도	2020. 11. 4.(수) 조간부터	배포	2020. 11. 3.(화)
책임자	연구조정실 김해식 실장(3775-9041)	작성자	변혜원 연구위원(3775-9027)	
		홍보담당	변철성 수석담당역(3775-9115) 총 2매	

보험연구원, 『보험산업 진단과 과제(Ⅲ)-소비자 중심 경영』 CEO Report 발간

“소비자만족도 개선을 통한 지속가능경영 기반 마련”

- 보험연구원(원장 안철경)은 『보험산업 진단과 과제(Ⅲ)-소비자 중심 경영』이라는 진단과 과제 시리즈 보고서를 발간함(CEO Report 2020-08)
- 보고서는 국내 보험소비자 만족도 개선이 더딘 원인을 진단하고, **소비자 중심 경영을 위한 과제**를 제시함
 - 거시환경 변화, 디지털 기반 소비의 확대, 새로운 소비계층의 등장, 금융소비자 보호 규제 강화 등 대내외 환경 변화에 대응하기 위해 **소비자 중심 경영이** 요구되는 시점임
- 보험상품에 대한 소비자의 오해 및 부정적 인식, 보험회사의 소비자이해 부족, 소비자 특성이 충분히 반영되지 않은 소비자보호 제도의 한계 등으로 인해 보험소비자 만족도는 여전히 낮은 수준임
 - 정보통신기술의 발달과 핀테크 영향에 따른 **보험소비 행태변화에 대한 명확한 분석이 부족함**
 - 소비자의 **인지적·심리적 특성**을 충분히 고려하지 않고 설계된 **보험 소비자보호 제도**는 그 효과가 제한적임
 - 대다수 소비자들은 보험회사가 수행하는 **사회공헌 활동**을 인지하지 못하고 있음

- 따라서 보험산업은 소비자 중심 경영을 위해 ① 변화된 환경을 반영한 보험소비 행태 분석 ② 행동과학적 접근을 통한 소비자보호 제도 실효성 개선 ③ 효율적 사회적 책임 이행 전략을 통한 소비자 만족도 제고가 필요함
- 첫째, 변화한 보험소비자의 **보험구매 방식 및 경험분석**과 향후 확대될 보험서비스에 대한 **수요분석**이 필요함
 - 보험업 전 가치사슬(Value Chain)의 디지털화, 플랫폼기업의 보험시장 진입에 따른 **디지털 보험소비 경험 변화에 대한 분석**이 요구됨
- 둘째, 소비자보호 제도의 실효성 제고를 위해 소비자의 **심리적·인지적·사회적 특성**을 제도에 반영하고, 제도효과를 **지속적으로 점검**해야 함
 - **보험소비자보호 제도** 설계 시 소비자의 **인지적·심리적·사회적 특성**을 충분히 고려해야 하며, 제도 간 상호작용도 점검해야 함
 - 보험회사도 규제준수 여부 확인에만 초점을 맞추기보다 소비자보호 제도가 효과적으로 작동할 수 있는 실질적 방안을 찾아야 할 것임
- 셋째, 단순한 공익사업 기부를 넘어 **소비자가 체험하고 공감할 수 있는 차별화된 사회적 책임 이행 전략**을 통해 소비자 신뢰도를 제고해야 함
 - 특히 보험계약자가 체감할 수 있도록 보험서비스와 사회적 책임 이행 활동을 연계하여 활용할 필요가 있음

첨부: CEO Report “보험산업 진단과 과제(Ⅲ) - 소비자 중심 경영”. 끝.