



# CEO Brief

2022.02. 제2022-3호

CEO Brief는 보험산업 관련 이슈를 분석하여 보험회사 CEO와 유관기관의 기관장분들께만 제공되는 리포트입니다.

## 보험모집시장 진단과 과제

### 요약

보험시장에서는 수수료 중심 영업관행과 미흡한 고객유지·관리 서비스로 보험산업에 대한 소비자 신뢰에 문제가 발생하고 있음. 시장 내 이해관계자들의 의견을 청취한 결과, 상품 제조자와 판매자 모두 소비자 중심의 모집시장 구축 필요성에 공감하고 있으나, 실행방안에 대해서는 이견이 존재함. 지속적인 의견교환을 통해 합의점 도출이 필요하며, 장기적으로는 모집시장의 효율성과 공정성을 높이는 방향으로 모집체계에 대한 전면적인 검토가 요구됨

- 본고는 보험연구원이 보험회사 및 법인보험대리점(이하, 'GA'라 함) 임원, 학계 전문가를 대상으로 모집시장의 현안 과제와 대응방안, 정책 요구사항에 대한 견해를 청취하고, 관련 논의사항을 정리한 자료임

### 1. 모집시장 현안 과제

- 제판분리 확산, 빅테크의 보험업 진출, MZ세대 부상 등으로 보험판매채널 전략 변화가 요구되고 있음
  - 보험회사 비용관리 필요성, 소비자의 보험상품 비교·평가 요구 증대로 제판분리 현상이 가속화되면서 GA채널의 영향력이 확대되고 있음
  - 비금융회사는 보험회사 또는 판매대리·중개업자의 형태로 보험업 진출을 검토 중임
    - 플랫폼기업의 보험업 진출로 시장혁신 촉진과 소비자 편익이 증대될 수 있으나, 네트워크 효과, 쓸림 현상(Tipping effect), 잠금효과(Lock-in effect)로 독점적 시장구조가 형성될 우려도 있음
  - 미래 주력 보험소비층인 MZ세대의 높은 디지털 활용도, 낮은 보험가입 의향으로 기존 대면 중심 영업 방식은 한계를 보일 가능성이 있음
- 특히 보험회사는 채널전략 수립 시, 수수료 중심 영업관행과 유지관리 부족에 따른 고객 조기이탈로 하락한 소비자 신뢰를 회복하는 데 주안점을 둘 필요가 있음
  - 판매채널은 상품제공자와 소비자 간 연결, 적합한 상품권유·판매, 유지관리서비스 제공 등을 통해 소비자의 효용을 증진시키고 보험상품 재구매 확률을 높이는 기능을 함



# CEO Brief

## 2. 모집제도 개선 논의

- 보험회사와 판매자는 소비자 중심의 모집시장 구축을 통한 신뢰회복 필요성에 대해 공감대를 형성하고 있으나, 모집시장에 대한 진단과 정책 요구사항은 차이를 보임
  - 보험회사와 판매자 모두 고객과의 장기적 관계 형성을 통해 사업의 연속성을 유지하는 것이 중요함
- 보험회사와 판매자 모두 모집시장에서의 불건전 영업행위 문제에 대해 심각성은 인지하고 있으나, 이를 평가·검증하기 위한 정보가 제한적이어서 문제의 원인 및 진단에 대한 의견은 엇갈림
  - 보험시장에서의 수수료 편향 문제를 평가할 수 있는 공시자료가 부재한 상황임
    - 판매자는 고객에게 높은 수수료를 약정한 회사의 상품을 권유할 유인이 있으며, 보험회사 또한 회사 간 상품·서비스 차별화가 미흡한 상황에서 수수료 경쟁을 택할 유인이 있음
- 보험회사와 GA 간 사업모형의 차이는 ‘수수료 규제’ 개선에 대한 견해 차이로 이어짐
  - 보험회사는 모집시장에서의 ‘수수료 편향’ 문제 해소를 위한 대책이 필요하다고 봄
    - GA 평가지표에 근거한 수수료 차등, 선지급 중심 보수구조 개편 등 감독기능 강화 의견이 제시됨
  - GA 측은 보험회사와 GA 간 운영비용 지출 차이를 고려하여 규제 방향성을 설정할 필요가 있다고 봄
    - 보험회사와 판매자가 계약유지에 따른 추가이익을 공유할 수 있는 수수료 산정 방식 도입을 제안함
- 채널의 전문성 강화와 판매책임 명확화를 위한 판매전문회사 도입 필요성에 대해서는 일부 동의함
  - 특정 요건을 갖춘 GA에 대해 대리점이 아닌 금융회사의 지위와 이에 상응한 책임을 부여함으로써, 제도권 내에서의 건전한 성장을 유도할 필요가 있다고 봄

〈표 1〉 GA 시장 현안과제 해결방안에 대한 의견

항목	대형 보험회사	중·소형 보험회사	(대형)GA	학계
객관적 시장평가(통계집적)	●	●	●	●
수수료 규제	●	◐	○	●
판매전문회사 도입	-	◐	●	●

주: 개별사안에 대한 동의 강도는 ●, ◐, ○ 순임

- 한편, 플랫폼이 시장혁신을 유도하고 공정경쟁을 저해하지 않도록 독과점 방지책이 필요하다는 의견과 함께 플랫폼기업과 보험회사 간 협업관계 구축을 위한 정책방안이 마련되어야 한다는 의견도 제시됨



# CEO Brief

- 플랫폼의 시장지배력 남용 방지와 소비자 보호를 위해 상품 판매범위와 비율, 소비자 피해에 대한 일차적인 배상책임 등 실효성 있는 방안 마련이 필요하다고 봄
  - 특히, 자체 모집조직 구축이 어려운 중·소형 보험회사의 경우 플랫폼과의 협업을 통한 고객접점 확대를 목적으로 보험회사와 판매자 간 상생방안이 마련되기를 기대하고 있음
- 기존의 대면 중심 영업구조에서 벗어나 소비자 특성에 부합한 새로운 사업모형 및 채널전략이 필요하다는 데 이견이 없으며, 그 과정에서 정책적 지원이 병행될 필요가 있다고 강조함
- 인구구조 변화를 감안하여 사업부문을 보장·투자·은퇴로 설정하여 부문 간 시너지효과를 창출할 필요가 있으며, 개인 맞춤형 솔루션 제공을 위해 플랫폼과 전문역량을 갖춘 판매채널 구축이 필요하다고 봄
  - 복잡한 판매절차를 개선하고 안전할증과 같은 상품규제를 완화할 경우, 고객에게 다양한 서비스를 보다 효과적으로 전달하는 것이 가능할 것으로 전망함

## 3. 시사점

- 보험산업 내 상품설계와 판매의 분리가 심화될 것으로 전망됨에 따라, 상품설계자와 판매자 간에 지속적으로 의견을 교환하는 협의체 구성을 통해 합의점을 도출하려는 노력이 필요함
- 의견교환을 통해 보험회사 간, 상품설계자와 판매자 간 시각차를 좁히기 위한 공통분모 탐색이 요구됨
- 수수료 규제는 모집시장의 당면 과제 해결에는 효과적이거나, 그에 따른 부작용을 고려하여 총체적인 관점에서 해결책을 모색할 필요가 있음
- 수수료 규제는 ① 보험회사 간 경쟁제한, ② 서비스의 질 하락, ③ 소비자의 합리적 의사결정 저해 요인으로 작용할 가능성이 있음
  - 수수료 산정 시 보험회사, 판매자, 소비자의 이익에 부합할 수 있는 지표(유지율 등) 반영이 필요함
  - 수수료 공시, 상품비교 판매시스템 정비 등 시장규율 강화 방안 등도 고려할 수 있을 것임
- 장기적으로 모집시장의 효율성과 공정성을 높이는 방향으로 모집규제 전반의 전면적 재검토가 필요함
- 현행 채널별 규제의 당위성에 대해 재검토하고, 공정경쟁을 유도하는 환경 조성이 선행되어야 함
  - 대면 중심 영업환경에서 출발한 현재의 채널별 모집규제는 새로운 모집방식을 수용하는 데 한계가 있으므로 기능별 모집규제로 전환하는 것을 검토할 필요가 있음

김동겸 연구위원  
dgkim@kiri.or.kr