

계약자 신뢰 제고를 위한 보험마케팅

- 상품과 수수료 중심으로 -

2019. 10

정세창

머 리 말

한국보험산업은 양적 성장을 지향하면서 그동안 질적인 측면에서 관리를 소홀히 해 온 경우가 많다. 특히, 소비자 신뢰와 관련하여서는 개선되어야 할 내용이 상당하다. 소비자는 보험구매의 주체이며, 보험산업의 지속가능한 성장을 위해서는 소비자의 신뢰가 무엇보다도 중요하다.

이에 보험회사뿐만 아니라 감독당국에서 보험소비자의 신뢰 제고를 위해 다양한 제도의 도입과 평가를 2000년 이후부터 진행하여 왔다. 민원발생평가제도, 불완전판매 비율 공시, 금융소비자보호 실태평가 등 다양한 제도가 도입되었다. 하지만 보험소비자의 보험산업에 대한 신뢰도는 여러 제도의 도입에도 불구하고 높지 않은 것이 현실이다.

이에 소비자 신뢰 제고를 위해서는 기존의 방식, 즉 보험회사에 대한 평가와 공시와는 다른 측면에서의 접근이 필요하다. 이미 선진국에서는 이러한 측면에서의 금융개혁을 단행하였다. 예를 들어, 호주에서는 소비자의 금융에 대한 신뢰 제고를 위해 수수료 공시를 통한 정보비대칭 완화에서 최근에는 수수료에 대한 직접적인 규제를 통한 금융개혁을 시행하였다.

본 보고서는 소비자 신뢰 제고를 위한 방안 모색을 기존의 보험회사 중심의 평가가 아니라 소비자가 직접 체감할 수 있는 상품과 수수료 중심에서 해외사례를 바탕으로 제시하고 있다. 이러한 접근법은 최근 영국 및 호주에서 불완전판매 감소와 소비자 신뢰 제고를 위해 도입된 일련의 개혁과 방향을 같이하고 있어, 본 보고서가 국내 보험산업의 질적 성장 및 소비자 신뢰 제고에 기여하기를 희망한다.

마지막으로 본 보고서에 수록된 내용은 연구자 개인의 의견이며, 보험연구원의 공식 의견이 아님을 밝혀둔다.

2019년 10월

보 험 연 구 원

원장 안 철 경

■ 목차

요약 / 1

I. 서론 / 2

II. 계약자 신뢰 현황과 개선 방향 / 4

1. 계약자 신뢰 현황 / 4

2. 계약자 신뢰 제고를 위한 활동 / 13

3. 계약자 신뢰가 낮은 이유와 개선 방향 / 19

III. 상품 / 20

1. 현황 / 20

2. 해외사례 / 23

3. 제언 / 25

IV. 수수료 / 28

1. 현황 / 28

2. 수수료 규제와 국내사례 / 31

3. 해외사례 / 34

4. 제언 / 43

V. 결론 및 시사점 / 45

| 참고문헌 | / 47

■ 표 차례

- 〈표 II-1〉 판매채널별 불완전판매 비율(생명보험, 변액보험 제외) / 6
- 〈표 II-2〉 판매채널별 불완전판매 비율(생명보험, 변액보험) / 7
- 〈표 II-3〉 상품별 불완전판매 비율(생명보험) / 7
- 〈표 II-4〉 판매채널별 불완전판매 비율(손해보험) / 8
- 〈표 II-5〉 상품별 불완전판매 비율(손해보험) / 8
- 〈표 II-6〉 보험사 소송 신규 건수 / 13
- 〈표 II-7〉 금융소비자보호 실태평가 기준 / 15
- 〈표 II-8〉 민원사무처리규정에 의한 민원분류 / 17
- 〈표 III-1〉 2019년 상반기 배타적사용권 획득 현황 / 21
- 〈표 IV-1〉 생명보험 상품별 설계사와 GA 간 불완전판매 비율 비교(2016~2018) / 29
- 〈표 IV-2〉 손해보험 상품별 설계사와 GA 간 불완전판매 비율 비교(2016~2018) / 29
- 〈표 IV-3〉 대형 GA 영업성과와 소비자보호 변수 간 상관계수 / 30
- 〈표 IV-4〉 가격규제 후 방카슈랑스 불완전판매 비율 / 33

■ 그림 차례

〈그림 II-1〉 유형별 민원 건수(생명보험) / 10

〈그림 II-2〉 상품별 민원 건수(생명보험) / 10

〈그림 II-3〉 유형별 민원 건수(손해보험) / 11

〈그림 II-4〉 상품별 민원 건수(손해보험) / 12

Insurance Marketing for Increasing Consumer Confidence – Focusing on Products and Commissions –

In the insurance industry, regulatory improvements to reduce mis-selling and increase consumer confidence have been ongoing since 2000, but consumer confidence in insurance remains low. The reason for this is that the design of the system has been focused on the insurance companies only. In order to realize the real effect of increasing trust, reform of the system that focuses on the products and commissions that consumers can realize is necessary.

In the advanced countries, there have been many recent changes in products and remuneration to improve the level of trust. Strict measures have recently been made with regard to mis-selling and remuneration reform has been enforced by policy authorities in the UK and Australia. The following implications were derived from the study of overseas cases focusing on the marketing factors such as products and commissions.

With regard to the insurance products sold in Korea, it is necessary to simplify them because the probability of mis-selling is high due to many endorsement and complexity.

In terms of commissions, the appropriateness of commissions should be secured to increase consumer confidence. After the introduction of bancassurance, the mis-selling ratio was reduced in 2014 and 2015 due to the direct regulation of reducing commissions. Direct regulation of commissions by supervisory authorities is needed in the light of commission regulation in the US and Germany, especially the prohibition of conflicted remuneration in Australia. The regulation of commission should be capped, as in the case of New York, and practically regulated through prohibition of bonuses and soft-dollar benefits, as in Australia.

요약

국내 보험산업에서 불완전판매 감소와 소비자 신뢰 제고를 위한 제도적 정비는 2000년 이후 지속적으로 진행되어 왔지만 소비자의 보험에 대한 신뢰는 여전히 낮다. 이렇게 된 이유는 제도의 설계가 보험회사에만 초점을 두고 이루어져 왔기 때문인데, 신뢰 제고의 실질적 효과를 보기 위해서는 소비자가 실감할 수 있는 상품 및 수수료에 초점을 둔 제도의 개혁이 병행되어야 할 것이다.

해외 선진국에서는 신뢰수준 향상을 위해 최근 상품과 수수료 부문에서 많은 변화가 있어 왔다. 상품의 불완전판매에 따른 정책당국의 엄격한 조치, 수수료와 관련하여서는 최근 영국과 호주에서 제도의 개혁이 이루어졌다. 이에 본 연구에서는 소비자 신뢰수준의 향상 방안을 마케팅 요소인 상품과 수수료를 중심으로 해외사례를 조사한 결과 다음과 같은 시사점을 도출하였다.

상품의 경우 국내에서 판매되는 보험상품의 경우 많은 특약과 복잡성으로 불완전판매의 개연성이 높기 때문에 보험상품을 단순 명확화할 필요가 있다.

수수료와 관련하여서는 소비자 신뢰 회복을 위해 수수료의 적정성이 확보되어야 하는데, 방카슈랑스 도입 후 2014년, 2015년 수수료에 대한 직접 규제로 불완전판매 비율이 감소된 경험, 미국, 독일에서의 수수료 규제, 특히 최근 호주에서 이해상충보수의 금지 등을 볼 때 감독당국의 수수료에 대한 직접적인 규제가 필요하다. 감독당국의 수수료 규제는 뉴욕주의 사례처럼 상한을 정하고, 호주의 경우처럼 시책, 비금전적 급부의 금지를 통해 실질적으로 수수료를 규제할 수 있도록 하여야 할 것이다.

I. 서론

보험산업에서 불완전판매 감소와 소비자 신뢰 제고를 위한 제도적 정비는 2000년 이후 지속적으로 진행되어 왔다. 2002년 민원발생평가제도의 도입을 계기로 보험회사의 대고객 성과점수가 공시되면서 판매 및 보험금 지급에서 소비자의 권익 보호가 강화되어 왔다. 이후 2010년 불완전판매 비율 공시, 2015년 대고객 서비스 종합평가라고 할 수 있는 금융소비자보호 실태평가가 도입되면서 소비자보호 관련 제도적 정비는 거의 완성되었다고 볼 수 있다.

하지만 보험산업에서 소비자의 신뢰도가 도입된 제도만큼 높다고 평가하기는 어려운 것이 우리의 현실이다. 보험계약자의 보험회사에 대한 신뢰도는 여전히 낮으며, 이에 따라 보험의 순기능 역시 저평가되고 있다.

감독당국은 보험회사로 하여금 민원평가결과, 불완전판매 비율, 가격 공시 등을 강행하면 소비자 신뢰가 올라갈 것으로 기대했다. 하지만 도입된 제도의 평가점수는 점차 향상되고 있지만 중국적으로 기대한 신뢰수준의 향상은 아직 달성되지 못했다고 보여진다. 예를 들어, 불완전판매 비율은 생명보험과 손해보험 각각에서 2011년 1.24%, 0.41%에서 2018년 0.26%, 0.09%로 개선되었다. 이와 같이 불완전판매 비율이 크게 개선되었지만 보험회사에 대한 고객의 이미지, 신뢰는 여전히 낮은 수준이다.

이렇게 된 이유는 제도의 설계가 한 방향으로만 이루어져 왔기 때문이라고 보여진다. 즉, 제도의 설계가 보험회사에 초점을 두고 이루어져 왔는데, 신뢰 제고의 실질적 효과를 보기 위해서는 소비자가 실감할 수 있는 제도 개선이 이루어져야 할 것이다. 소비자가 구입하는 상품, 지급하는 수수료에 초점을 둔 제도의 개혁이 병행되어야 신뢰 수준 향상이라는 궁극의 목적을 달성할 수 있을 것이라고 보여진다. 해외 선진국에서는 신뢰수준 향상을 위해 최근 상품과 수수료 부문에서 많은 변화가 있어 왔다. 상품의

경우 불완전판매에 따른 정책당국의 엄격한 조치, 수수료와 관련하여서는 최근 영국과 호주에서 제도의 개혁이 이루어졌다.

이에 본 연구에서는 소비자 신뢰수준의 향상 방안을 마케팅 요소인 상품과 수수료를 중심으로 해외사례를 바탕으로 제시하고자 한다.

본 연구는 제 I 장 서론에 이어, 제 II 장에서는 한국 보험산업에서 계약자 신뢰와 관련된 불완전판매, 민원, 소송 현황 등을 관련 통계로 살펴보고, 계약자 신뢰 개선을 위한 방향을 제시한다. 제 III 장에서는 국내 상품 현황을 고찰하고, 불완전판매에 따른 해외사례를 바탕으로 상품 관련 제언을 한다. 제 IV 장에서는 우선 수수료와 불완전판매 비율 중심으로 국내 현황을 살펴보고, 수수료 규제의 필요성과 국내사례를 제시한다. 다음으로 해외사례로 수수료 규제와 자문료를 바탕으로 수수료 관련 제언을 한다. 제 V 장에서는 결론 및 시사점을 제시한다.

II. 계약자 신뢰 현황과 개선 방향

1. 계약자 신뢰 현황

가. 불완전판매 비율 및 현황

불완전판매(Mis-selling)란 금융 관련 법규에 명시적으로 규정되어 있지는 않지만 감독 실무상으로는 신계약 중 소비자가 중요한 사항에 대해 설명을 듣지 못하거나, 판매 과정에서 발생한 문제로 인해 계약이 해지되거나, 무효가 된 경우를 의미한다. FSA(2013)¹⁾는 소비자에게 잘못된 정보를 제공하거나 부적합한 상품 권유 등 소비자에게 공정하지 못한 결과를 초래하는 경우를, BIS(2008)²⁾는 금융상품에 대한 권유, 자문과 무관하게 소비자에게 적합하지 않은 상품을 판매하는 경우를 불완전판매로 보고 있다.

금융감독원은 2010년부터 불완전판매 비율을 산출하여 공시하고 있다. 불완전판매 비율은 생명보험협회와 손해보험협회의 공시실에서 판매채널별, 상품별, 회사별로 최근 자료를 공시하고 있다. 불완전판매 비율은 다음과 같이 산출된다.

$$\text{불완전 판매 비율} = \frac{(\text{품질보증 해지 건수} + \text{민원 해지 건수} + \text{무효 건수})}{\text{신계약 건수}} \times 100$$

주: 1) 품질보증 해지 건수: 계약체결일로부터 3월 이내에 상품설명 상이, 자필서명 미이행, 약관 미전달 등의 사유로 해지된 계약

2) 민원 해지 건수: 계약체결일로부터 3월 이후 상품내용 인지 미흡 등 고객이 불만을 제기하여 해지된 계약

3) 무효 건수: 보험대상자(피보험자) 서면동의 누락 등 약관상 무효사유로 무효 처리된 계약, 품질보증 해지, 민원 해지·무효 건수는 당해 사업연도 신계약 건수 중 당해 연도에 발생한 건수를 말함

1) FSA(2013)

2) BIS(2008)

그런데 비율의 분자 부분은 품질보증 해지, 민원 해지, 무효계약 건수의 합으로 구성되는데, 그 합이 신계약 건수 대비 많을수록 높게 나타난다.

불완전판매 비율의 산출식에 대해 그동안 논란이 있어 왔다. 해외에서 산출식을 만들어 이를 공시하는 국가가 거의 없고, 국내 산출식에도 보험사의 귀책사유가 없는 데도 건수로 포함되는 경우가 있어 이에 대한 개정의 요구가 있었다.

우선 논란이 되었던 내용은 청약 철회 건수의 포함 여부였다. 2010년 불완전판매 비율 공시 전에는 청약 철회 건수가 포함되었으나, 2010년 공시를 시작하면서 청약 철회 건수는 제외시켰다. 하지만 이후에도 청약 철회율이 높은 보험사의 경우 영업방식에 문제가 있다는 감독당국의 입장과 소비자의 단순 변심을 포함시키는 것은 무리가 있다는 보험산업의 입장이 대립되다가 최근에는 청약 철회 건수를 별도로 공시하고 있다.

다음으로 문제가 된 것은 무효 건수로 보험회사의 책임이 없는 무효 건수를 제외해 달라고 요구하였는데, 2019년 4월 무효 건수 중 다음 네 가지에 해당되는 경우 제외하는 것으로 변경되었다. 제외되는 무효 건수는 어린이보험 중 태아 가입 가능한 상품의 경우 유산 또는 사산 등으로 출생하지 못한 경우, 암보험 보장개시일 전 암이 확인된 경우, 치매보험 보장개시일 전 치매가 확인된 경우, 당뇨병 보험 보장개시일 전 당뇨병으로 확인된 경우 등이다.

하지만 사안별 불완전판매 비율 계산에서 무효 건수에 포함 여부는 여전히 논란의 소지가 있어 보인다. 이를 반증한 것이 불완전판매계약 해지율인데, 이는 무효 건수를 모두 제외하고, 품질보증 해지 및 민원 해지 건수만을 신계약 건수로 나누어 별도로 공시하고 있다. 하지만 2019년 불완전판매 비율 산출식 변경으로 불완전판매 비율이 보다 정확해져 왜곡현상은 줄어들 것으로 판단된다.

생명보험산업에서 불완전판매 비율을 보면, 우선 변액보험을 제외한 상품에서 2016년 상반기 이후부터 지속적으로 감소되어 왔다. 특히, 직영(복합)채널과 홈쇼핑의 불완전판매 비율이 상당히 개선되었다.

홈쇼핑채널의 불완전판매 비율의 감소는 금융감독원의 감독 강화와 지속적인 광고심의 제재의 결과라고 보여진다. 2016년 금융감독원은 홈쇼핑 채널이 설계사, 방카슈랑스 등 대표적인 채널에 비해 허위·과장광고로 인한 소비자의 불만이 높아 홈쇼핑채

널의 불완전판매 근절 방안³⁾을 시행하였다. 또한 생명보험협회에서 주관하고 있는 광고심의 및 모니터링의 강화도 불완전판매 비율의 개선에 일조하였다고 보여진다.

반면 직영(복합)채널과 법인대리점의 기타 채널인 GA의 경우 불완전판매 비율이 많이 개선되었지만 2018년 하반기 둘 다 모두 0.37%로 여전히 높은 수준이다. 대형마트나 제휴채널, GA에서 보장성보험을 고금리 적금상품으로 오인하게 판매하는 경우가 많아 이들 채널에서 불완전판매 비율이 높게 나타나고 있다. 이를 근절하기 위해서는 홈쇼핑에서처럼 보다 강력한 규제가 필요하다고 보여진다.

〈표 II-1〉 판매채널별 불완전판매 비율(생명보험, 변액보험 제외)

(단위: %)

구분	설계사	개인 대리점	법인대리점				직영		합계
			방카	TM	홈쇼핑	기타	복합	다이렉트	
2016상	0.23	0.58	0.04	0.57	0.54	0.57	1.22	0.49	0.31
2016하	0.21	0.26	0.05	0.38	0.31	0.41	0.65	0.33	0.26
2017상	0.17	0.20	0.03	0.30	0.29	0.29	0.54	0.28	0.18
2017하	0.17	0.21	0.04	0.24	0.24	0.38	0.53	0.21	0.21
2018상	0.13	0.11	0.02	0.16	0.14	0.41	0.41	0.15	0.16
2018하	0.13	0.07	0.05	0.15	0.12	0.37	0.37	0.13	0.18

자료: 생명보험협회 공시실

변액보험의 경우는 2016년부터 2018년까지 불완전판매 비율이 크게 개선되지 않았다. 설계사와 직영(다이렉트)의 불완전판매 비율은 동기간 오히려 높아졌다. 특히, 직영(다이렉트)의 경우 채널 중 불완전판매 비율이 가장 높는데, 이는 변액보험과 같이 복잡한 투자형 상품은 직영(다이렉트)이 적합하지 않기 때문이다. GA의 경우도 비교적 높은 불완전판매 비율을 보이고 있다.

3) 당시 근절 방안의 주요 내용은 홈쇼핑 광고의 자율심의 기능 강화, 홈쇼핑사 자체 내부통제 기능 강화, 홈쇼핑사의 광고·모집행위에 대해 지속적으로 모니터링을 실시하고, 적극적 소비자 피해 구제 방안 마련, 위반행위에 대한 엄중 제재 시행 등으로 규제 내용이 매우 구체적이고 강도가 높았음

〈표 II-2〉 판매채널별 불완전판매 비율(생명보험, 변액보험)

(단위: %)

구분	설계사	개인 대리점	법인대리점				직영		합계
			방카	TM	홈쇼핑	기타	복합	다이렉트	
2016상	0.24	0.55	0.00	2.71	-	0.65	1.53	1.03	0.37
2016하	0.23	0.41	0.04	0.00	-	0.47	0.81	1.11	0.28
2017상	0.21	0.39	0.06	1.01	-	0.47	0.72	0.96	0.27
2017하	0.21	0.00	0.03	0.43	-	0.42	0.86	1.40	0.26
2018상	0.23	0.00	0.02	0.00	-	0.47	0.44	1.06	0.27
2018하	0.33	0.00	0.05	0.45	-	0.57	0.40	1.42	0.37

자료: 생명보험협회 공시실

〈표 II-3〉 상품별 불완전판매 비율(생명보험)

(단위: %)

구분	종신	치명적 질병	연금	저축	암	어린이	기타	계	변액
2016상	0.52	0.26	0.42	0.16	0.32	0.34	0.19	0.31	0.37
2016하	0.43	0.24	0.31	0.16	0.2	0.23	0.17	0.26	0.28
2017상	0.33	0.17	0.23	0.12	0.17	0.17	0.12	0.18	0.27
2017하	0.43	0.17	0.25	0.13	0.14	0.16	0.14	0.21	0.26
2018상	0.38	0.16	0.24	0.08	0.11	0.15	0.07	0.16	0.27
2018하	0.45	0.11	0.22	0.12	0.09	0.16	0.08	0.18	0.37

자료: 생명보험협회 공시실

생명보험 상품별로 보면 종신보험에서 가장 높고 다음으로 변액보험이 높은데, 2016년부터 2018년까지 크게 개선되지도 않았다. 종신보험의 경우는 저축성 상품으로 오인하게끔 판매하는 행위, 연금 전환 시 최저보증이율이 급격히 낮아지는 데도 이에 대한 설명 부족 등의 원인으로 불완전판매 비율이 높게 나타나고 있다. 변액보험의 경우는 투자와 보장이라는 두 가지 특징으로 불완전판매가 발생하기 쉬운데, 판매자의 자질 부족, 다이렉트 채널과 같이 채널과 상품의 적합도가 떨어지는 채널을 통한 판매 등의 원인으로 불완전판매 비율이 높게 나타난다고 보여진다.

손해보험의 불완전판매 비율을 보면, 전반적으로 생명보험보다 낮으며, 2016년 이후 개선되어 왔다. 홈쇼핑채널은 생명보험에서와 마찬가지로 2016년 홈쇼핑채널 불완

전판매 근절 방안에 의해 상당 수준 개선되었다. 또한 상대적으로 불완전판매 비율이 높은 TM과 직영(다이렉트) 채널도 꾸준히 개선되어 왔다.

〈표 II-4〉 판매채널별 불완전판매 비율(손해보험)

(단위: %)

구분	설계사	개인 대리점	법인대리점				직영		합계
			방카	TM	홈쇼핑	기타	복합	다이 렉트	
2016상	0.08	0.06	0.04	0.3	0.23	0.14	0.04	0.15	0.12
2016하	0.09	0.05	0.06	0.2	0.18	0.09	0.01	0.12	0.10
2017상	0.08	0.04	0.05	0.21	0.19	0.12	0.01	0.14	0.10
2017하	0.07	0.03	0.04	0.22	0.19	0.12	0.03	0.13	0.11
2018상	0.05	0.03	0.04	0.17	0.16	0.08	0.01	0.12	0.08
2018하	0.03	0.02	0.03	0.14	0.09	0.06	0.01	0.08	0.05

자료: 손해보험협회 공시실

손해보험 상품별로 보면 저축형을 제외한 모든 상품에서 불완전판매 비율이 개선되어 왔다. 저축형의 경우는 보장성 상품보다 상품 특성상 불완전판매가 발생하기 쉬운데, 관리가 제대로 이루어지지 못해 상대적으로 높게 나타나고 있다.

〈표 II-5〉 상품별 불완전판매 비율(손해보험)

(단위: %)

구분	상해	운전자	재물	질병	통합형	저축형	연금저축	기타	계
2016상	0.14	0.07	0.07	0.17	0.05	0.09	0.11	-	0.12
2016하	0.10	0.05	0.07	0.13	0.24	0.07	0.04	0.00	0.10
2017상	0.12	0.06	0.07	0.13	0.21	0.08	0.07	0.01	0.10
2017하	0.10	0.06	0.10	0.15	0.15	0.15	0.12	0.04	0.11
2018상	0.08	0.03	0.06	0.10	0.11	0.15	0.06	0.04	0.08
2018하	0.06	0.02	0.04	0.08	0.05	0.13	0.04	0.01	0.05

자료: 손해보험협회 공시실

전체적으로 볼 때, 불완전판매 비율은 금융당국의 통제로 개선되었다고 볼 수 있다. 하지만 GA, 직영(다이렉트)은 여전히 상대적으로 불완전판매 비율이 높다. 특히, GA를

통한 신계약이 2019년의 경우 전년 대비 30% 증가하는 등 점유율이 높기 때문에 GA의 불완전판매 관리는 소비자보호 측면에서 매우 중요하다.

GA의 불완전판매 관리를 위해 공시 강화, 일정 수준 이상의 불완전판매 시 제재 강화 등이 필요하다고 보여진다. 최근 대형 GA의 경우 각 GA별로 생손보로 나누어 불완전판매 비율을 공시하고 있지만, 각 GA별로 일일이 찾아야 알 수 있어 공시의 효과가 미미하다. 소비자들이 보다 쉽게 GA별, 또한 해당 설계사별 불완전판매 비율을 계약 체결 전 알 수 있도록 하는 ‘e클린 보험서비스’제도가 모든 설계사를 대상으로 시행되어야 할 것이다.

나. 민원 현황

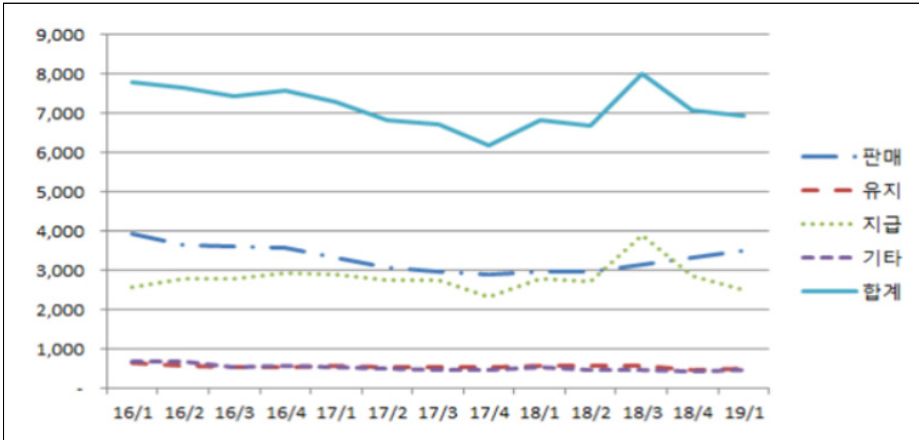
2016년 1분기부터 2019년 1분기까지 생명보험 민원의 전체 현황을 보면 민원 건수는 감소하다가, 2018년 3분기에는 급격히 증가하였다가 조금 감소하는 추세를 보이고 있다. 2018년 3분기의 급속한 증가는 즉시연금에서 민원이 급격하게 늘어났기 때문인데, 민원유형에서 연금 지급 관련 민원이 크게 증가한 것을 <그림 II-1>에서 알 수 있다.

민원 유형별로 보면, 유지와 기타에서는 큰 변화가 없고, 지급민원은 2018년 3분기를 제외하면 마찬가지로 추세 변화는 없는 것으로 나타난다. 하지만 판매 관련 민원은 2016년 1분기 이후 완만하게 감소하다가 최근 증가 추세를 보이고 있다. 2016년 4월부터 실시한 민원 감소를 위한 종합대책이라고 할 수 있는 금융소비자보호 실태평가 제도가 어느 정도 실효를 거두면서 민원이 감소하였으나, 판매 관련 민원은 2018년 1분기부터 다시 증가하고 있다.

상품별로 보면 가장 많은 비중을 차지하는 부문은 종신보험, 다음으로 보장성보험과 변액보험이다. 종신보험은 완만하게 증가추세를 보이고 있는 반면, 변액보험은 감소하다가 최근 완만하게 증가하고 있다. 연금 관련 민원은 2018년 3분기를 제외하고는 조금씩 감소하고 있다.

〈그림 II-1〉 유형별 민원 건수(생명보험)

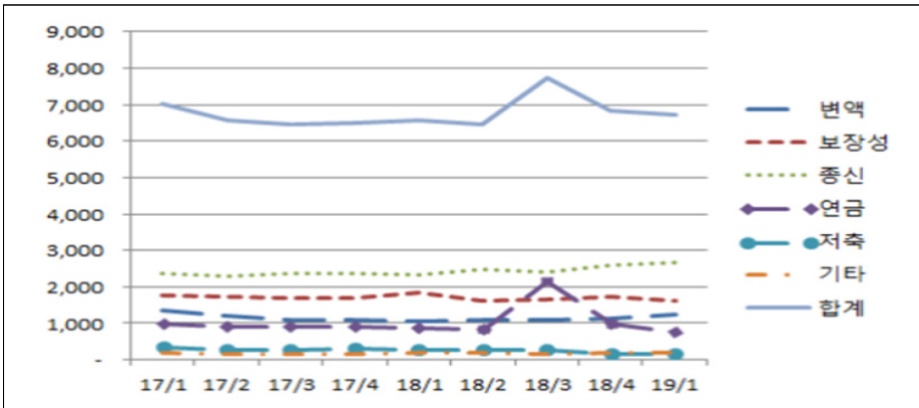
(단위: 건)



자료: 생명보험협회 공시실

〈그림 II-2〉 상품별 민원 건수(생명보험)

(단위: 건)



자료: 생명보험협회 공시실

민원 현황을 유형별로 보았을 때 가장 염려스러운 부분은 판매단계에서 민원이 증가하고 있다는 것이다. 민원 50% 감축, 금융소비자보호 실태평가제도 등 다양한 대책을 시행하였지만 장기적으로 효과가 크지 않음을 알 수 있다. 이는 보다 근본적인 관점에서 민원 및 소비자보호를 위한 대책 마련이 필요함을 시사한다.

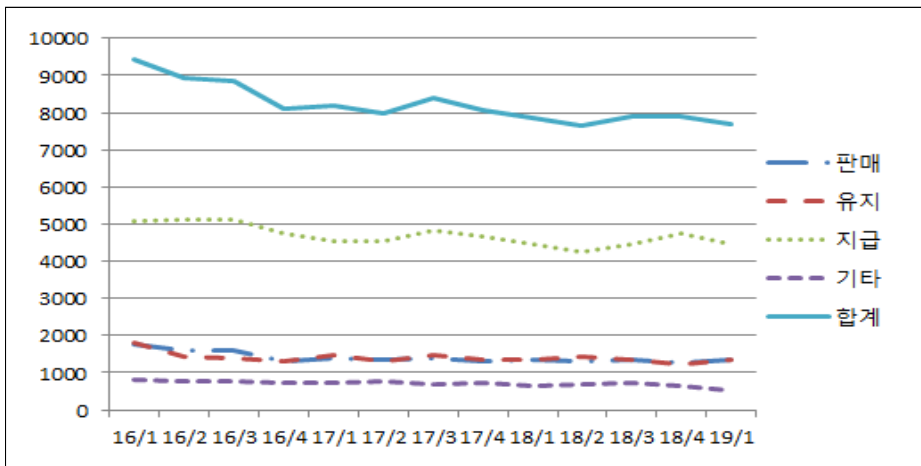
2016년 1분기부터 2019년 1분기까지 손해보험 민원의 전체 현황을 보면 민원 건수

는 지속적으로 감소하고 있다. 유형별로 볼 때 판매, 유지, 지급, 기타의 모든 유형에서 감소하고 있다.

한 가지 특이한 사항은 판매 및 유지에서 민원 감소 정도가 4분기에 특히 많이 나타나고 있는데, 이는 보험회사가 다른 분기에 비해 평가등급 관리를 더 많이 하고 있다는 것을 보여준다. 예를 들어 판매의 경우 2016년 1, 2, 3분기별로 각각 1,748건, 1,591건, 1,582건이나 4분기에는 1,298건, 2017년의 경우도 1, 2, 3분기별로 각각 1,408건, 1,366건, 1,396건이나, 4분기에는 1,297건, 2018년에도 1, 2, 3분기별로 각각 1,334건, 1,298건, 1,362건이나, 4분기에는 1,274건으로 감소하고 있다. 유지의 경우도 비슷한 양상을 보이고 있다.

〈그림 II-3〉 유형별 민원 건수(손해보험)

(단위: 건)



자료: 손해보험협회 공시실

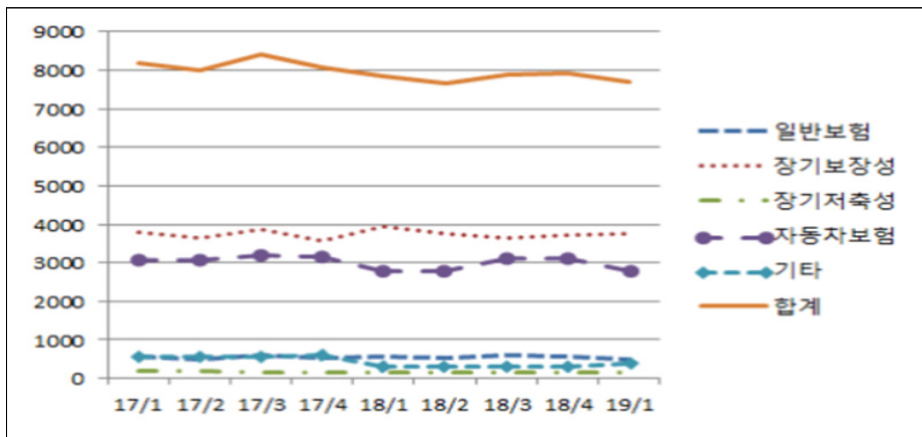
하지만 지급의 경우는 반드시 이러하지 않다. 예를 들어, 2017년의 경우 1, 2, 3분기별로 각각 4,550건, 4,540건, 4,846건이나, 4분기에는 4,868건, 2018년에는 1, 2, 3분기별로 각각 4,479건, 4,234건, 4,440건이나, 4분기에는 4,758건으로 오히려 증가하고 있다. 이는 지급보상의 경우 회사의 당기수익과 직접적으로 연관이 높고, 단기적으로 줄이기 어렵지만 단기적, 상대적으로 용이한 판매와 유지에 집중하여 민원평가 등급관리를 하고 있음을 보여준다.

손해보험에서 상품별 민원 건수를 보면 장기보장성이 가장 많고, 다음으로 자동차보험, 일반보험, 장기저축성의 순서로 많은 건수를 차지하고 있다. 불완전판매 비율에서는 저축성이 높았고, 민원 건수에서는 보장성이 많이 나타났는데, 이는 판매단계에서는 저축성이, 보상에서는 보장성이 소비자보호와 관련하여 문제의 소지가 많다는 것을 보여준다.

소비자보호와 관련하여 불완전판매의 관리뿐만 아니라 민원의 관리도 매우 중요하다. 또 한 가지 개선사항으로, 현재 공시되는 있는 보험종목이 불완전판매 비율과 민원 건수에서 다른데, 소비자 중심의 관리를 위해서는 보험종목의 일치가 더 적절하다고 보여진다.

〈그림 II-4〉 상품별 민원 건수(손해보험)

(단위: 건)



자료: 손해보험협회 공시실

다. 소송 현황

신규 소송 건수 중 보험사가 제기한 소송 건수를 보면, 생명보험의 경우 2016년 이후 약간 증가하고 있다. 반면 손해보험의 경우는 2016년부터 급격히 감소하고 있다. 계약자가 제기한 소송 건수는 생명보험의 경우 최근 감소 추세인 반면 손해보험의 경우 추세적인 변화는 없는 것으로 나타나고 있다.

계약자보호 관점에서 보험금 청구 건수 대비 보험사의 소송제기 건수가 늘어나는 것은 바람직하지 못하다. 보험사는 소송 관련 전담부서를 가지고 조직적으로 대응하기 때문에 승소 확률이 높아 계약자보호가 잘 되기 어렵다. 특히, 손해보험의 경우 2015년 보험사 제기 신규 소송 건수가 7,019건으로 매우 높았다. 이에 금융감독원에서는 2015년부터 부당한 소송에 대한 '과징금 부과'와 소송 전 자율점검을 위한 '소송 관리위원회'를 운영하도록 하면서 보험사 제기 소송 건수가 급격히 감소하게 되었다.

소송 건수, 특히 보험사가 원고인 소송 건수는 계약자보호 측면에서 중요한 지표라고 할 수 있다. 계약자보호를 위해 이러한 건수에 대한 모니터링을 지속적으로 수행하여야 할 것이다.

〈표 II-6〉 보험사 소송 신규 건수

(단위: 건)

구분	생명보험		손해보험	
	보험사가 원고	보험사가 피고	보험사가 원고	보험사가 피고
2014	437	560	5,143	3,086
2015	363	689	7,019	3,148
2016	357	642	3,862	3,242
2017	448	535	3,803	3,065
2018	598	424	2,580	3,163

자료: 생명보험협회, 손해보험협회 공시실

2. 계약자 신뢰 제고를 위한 활동

가. 민원평가와 금융소비자보호 실태평가

금융감독원은 금융회사의 민원예방 노력 유도 등을 위해 2002년부터 「민원발생평가제도」를 운영하여 왔으며, 민원 건수를 기초로 금융회사를 1~5등급으로 평가하고 대외에 공표하여 왔다.⁴⁾ 하지만 민원 건수 위주의 평가만으로는 금융회사의 소비자보

4) 2014년까지 각 보험회사의 민원평가등급은 생명보험협회와 손해보험협회의 홈페이지 공시실 내 민원발생평가등급공시에서 확인할 수 있음

호 수준을 평가하고, 금융회사의 자율적 개선 노력을 유도하는 데 한계가 있어 다양한 지표를 종합적으로 고려한 「금융소비자보호 실태평가제도」를 2016년 4월부터 실시하게 되었다. 금융소비자보호 실태평가제도는 금융소비자에게는 거래 금융회사 선택에 필요한 유용한 정보를 제공하는 한편 금융회사에게는 소비자보호 중심의 경영문화 확산을 유도하는 데 목적이 있다.

금융소비자보호 실태평가의 평가 기준을 보면 크게 계량평가와 비계량평가로 나뉜다. 계량평가에는 민원 건수, 민원처리기간, 소송 건수, 영업지속 가능성, 금융사고 5가지 기준이 있다.

금융소비자보호 실태평가의 계량평가 요소인 민원 건수는 생명보험협회와 손해보험협회에서 공시하고 있다. 기타공시에서 민원공시라는 항목이 있는데, 이는 2015년 2분기부터 각 협회에서 공시해오고 있다. 민원공시에는 민원 건수를 자제민원과 대외 민원으로 나누어 전분기와 당분기의 건수 및 증감률을 보여준다. 또한 회사의 규모를 고려하여 보유계약 십만 건당 전분기와 당분기의 민원 건수(환산 건수) 및 증감률도 보여주고 있다. 또한 민원유형별로 해당 건수, 환산 건수 및 증감률을 보여주는데, 유형은 보험모집, 유지관리, 보상, 기타로 세분화되어 있다. 상품별로도 분류하여 해당 건수, 환산 건수 및 증감률을 보여주는데, 생명보험은 보장성, 종신, 연금, 저축으로 세분화되어 있다. 손해보험의 경우는 일반보험, 장기보장성보험, 장기저축성보험, 자동차보험, 기타로 세분화되어 있다.

민원 건수 이외 계량평가 요소로는 민원처리기간, 소송 건수, 영업지속 가능성, 금융사고가 있다. 영업지속가능성은 재무건전성 평가지표로 측정하고 있다.

비계량평가 요소도 5가지로 소비자보호 조직 및 제도, 상품개발 과정의 소비자보호 체계 구축 및 운영, 상품판매 과정의 소비자보호 체계 구축 및 운영, 민원관리시스템 구축 및 운영, 소비자정보 공시가 있다. 이 중 상품개발 과정의 소비자보호 체계 구축 및 운영은 상품이 판매되기 이전 단계인 개발 단계에서 불완전판매, 민원 등의 요소를 사전적으로 검토하여 소비자 불만족 요소를 차단하려는 것이다. 계량 및 비계량의 세부 평가기준은 <표 II-7>에 상세히 기술되어 있다.

평가등급은 우수, 양호, 보통, 미흡 4단계로 나뉜다. 평가등급은 금융소비자의 권익 증진과 효과적인 소비자피해 예방 및 신속한 구제를 위한 기본지침인 「금융소비자보

호모범규준」의 요구수준을 어느 정도 수행하는가에 따라 부여하고 있다. 「금융소비자 보호모범규준」의 요구수준 이상을 이행, 요구수준 정도를 이행, 요구수준을 이행하지 못하는 경우 각각에 대해 ‘양호’, ‘보통’, ‘미흡’의 등급을 부여한다. ‘우수’는 ‘양호’ 등급을 받은 회사 중 업권별 상위 20% 내의 회사에 대해 등급을 부여한다.

금융감독원은 금융소비자보호 실태평가 결과, 문제점 및 개선방안 등에 대해 2015년부터 매년 보도자료 등을 통해 공시하고 있다. 현재 2017년까지 보험회사별 금융소비자보호 실태평가가 공시되어 있는데, 소비자보호와 관련된 종합평가라고 할 수 있다. 하지만 10가지 평가항목에 대해 각각 ‘우수’, ‘양호’, ‘보통’, ‘미흡’의 등급을 부여하고 종합적으로 어떤 등급인지를 피공시자가 판단하도록 하고 있어 피공시자 입장에서는 종합평가의 해석에 어려움이 있다고 볼 수 있다.

〈표 II-7〉 금융소비자보호 실태평가 기준

구분		평가부문	세부 평가기준
계 량 평 가	1	민원 건수	- 금감원에 접수된 민원 건수 및 증감률 (중·반복, 악성민원 및 자율조정민원 등은 제외)
	2	민원처리기간	- 금감원에 접수된 민원 평균처리기간 (중·반복 및 악성민원 등은 제외)
	3	소송 건수	- 소송 건수(패소율)와 금감원 분쟁조정 중 금융회사의 소송제기 건수
	4	영업지속 가능성	- 금융회사의 재무건전성 지표(BIS 비율, RBC 비율 등)
	5	금융사고	- 금융회사의 금융사고 건수와 금액
비 계 량 평 가	6	소비자보호 조직 및 제도	- 금융소비자보호 총괄책임자(CCO) 직무의 적정성 - 금융소비자보호 총괄부서 업무 및 권한의 적정성 - 금융소비자보호협의회 운영의 적정성 - 금융소비자보호 관련 규정화 여부 - 금융소비자보호 업무전담자 인력 구성의 적정성 - 금융소비자보호 업무전담자 인사 및 보상의 적정성 - 고객 응대직원을 위한 보호 제도 운영의 적정성

〈표 II-7〉 계속

구분		평가부문	세부 평가기준
비 계 량 평 가	7	상품개발 과정의 소비자보호 체계 구축 및 운영	- 상품개발 관련 사전협의 프로세스의 적정성 - 상품개발 관련 내부준칙 운영의 적정성 - 금융소비자 의견 반영 프로세스 운영의 적정성 - 민원발생 원인 분석 및 신상품에 대한 소비자 만족도 조사 등의 적정성
	8	상품판매 과정의 소비자보호 체계 구축 및 운영	- 상품판매 과정에서 준수해야 할 기준 마련 여부 - 상품판매 프로세스 구축 여부 - 상품판매 프로세스 운영의 적정성 - 고객정보 보호를 위한 제도 및 시스템의 적정성 - 판매조직에 대한 평가·보상시스템의 적정성 - 금융취약계층의 금융접근성 제고를 위한 인프라 구축의 적정성
	9	민원관리시스템 구축 및 운영	- 효율적인 민원관리시스템 구축 여부 - 민원업무 관련 규정 및 매뉴얼 마련 여부 - 민원관리시스템 운영의 적정성 - 민원을 통한 제도 개선 시스템 구축 여부
	10	소비자정보 공시	- 소비자정보 접근이 용이한지 여부 - 소비자정보 제공이 적정한지 여부 - 금융소비자보호 관련 교육의 적정성 - 금융사기 예방 관련 조직 운영 및 예방 안내 적정성 - 휴면 금융재산 발생 예방 안내 프로세스 구축의 적정성

나. 옴부즈만제도

금융감독원이 2009년 도입한 옴부즈만제도는 금융의 신문고이다. 기존의 금융민원과 달리 고충민원에 대해 별도의 구제수단을 둔 것으로 금융소비자뿐만 아니라 금융회사도 고충사안에 대해 민원을 제기할 수 있다.

민원은 〈표 II-8〉에서와 같이 일상민원, 고충민원, 금융민원, 기타민원으로 분류할 수 있다. 옴부즈만은 고충민원을 다루는 기구인데, 고충민원이란 감독검사와 관련하여 금융감독원의 위법부당한 처분이나 부작위 등으로 인하여 권라이익이 침해되거나 불편 또는 부담이 되는 사항을 말한다. 또한 금융감독원의 불합리한 시책 등으로 인하여 권라이익이 침해되거나 불편 또는 부담이 되는 사항을 포함하는 개념으로 금융감

독원의 업무와 관련된 사항이다. 반면 금융민원은 금융회사의 업무와 관련된 것으로 금융업무에 관한 질의, 건의, 요청, 정보, 이의신청, 분쟁업무를 말한다.

〈표 II-8〉 민원사무처리규정에 의한 민원분류

민원종류	세무내용	소관
일상민원	일상적으로 취급하는 업무 - 인가·등록·확인·증명 등	실무부서·소보센터 (현행과 동일)
고충민원	위법·부당한 처분(비명시적규제 포함)이나 부작위 등으로 인한 고충 등	옴부즈만 + 실무부서·소보센터
금융민원 (분쟁조정 등)	금융회사업무와 관련하여 금융수요자로부터 제기되는 질의, 건의, 요청 등	실무부서·소보센터 (현행과 동일)
기타민원	위 이외의 감독원 업무와 관련된 사항에 관한 사무 (예: 질의, 설명, 해석)	실무부서·소보센터 (현행과 동일)

자료: 금융감독원

기존의 금융민원은 해당 소관부서에서 처리하고, 고충민원의 새로운 구제수단이 된 옴부즈만제도는 현재 5인의 민간전문가를 금융감독원장이 옴부즈만으로 위촉하여 운영하고 있다. 2018년 5월까지는 은행, 보험, 증권 부문별 각 1명씩 옴부즈만을 두었으나, 이후 시민단체 대표를 포함한 5인으로 운영되고 있다.

다. 공시제도

보험산업은 제조 및 다른 금융산업에 비해서 정보비대칭이 강한 특징을 지니고 있다. 보험계약자의 과거 경험, 병력 등 정보를 보험자가 정확하게 알기 어렵고, 보험계약자 역시 보험가격, 약관 및 판매와 관련된 정보의 내용을 파악하기 어려운 특징을 지니고 있다. 이런 이유에서 계약자에게는 고지의무를, 보험자에게는 공시(Disclosure)의무를 부과하여 왔다. 즉, 공시제도는 보험사 또는 판매자와 보험소비자 간 정보비대칭을 완화하여 보험소비자가 합리적인 선택을 할 수 있도록 보험상품 및 판매자와 관련된 충분한 정보를 제공하는 것을 의미한다.

이에 보험산업이 발전된 모든 국가에서 보험자의 공시가 감독규제 차원에서 이루어

져 왔다. 특히, 영국의 경우 1980년대 연금에서 불완전판매(Pension Mis-selling)를 계기로 보험산업에서 공시제도가 강화되었다.

한국 보험산업의 경우도 다른 선진 산업에서와 마찬가지로 공시가 강화되어 왔다. 2000년 전후 가격자유화가 시행되면서 공시 요구가 본격적으로 시작되었으며, 최근에는 소비자의 알 권리 보장 측면에서 공시가 강화되어 왔다. 공시는 크게 수익성, 건전성, 자본적정성 등의 경영공시와 상품비교, 불완전판매 비율, 민원 건수 등의 회사평가와 관련된 공시로 대별된다. 이러한 공시내용은 생명보험협회와 손해보험협회의 홈페이지에서 공시실을 두어 일반 소비자도 보험회사 및 상품에 대한 정보를 제공 받을 수 있다.

경영공시 및 불완전판매 비율, 민원 건수 등 보험회사의 평가와 관련된 공시는 보험 소비자가 비교적 쉽게 인지하여 그 내용을 파악할 수 있다. 상품비교공시는 최근 소비자가 이해하기 쉽도록 상당히 개선되어 왔다. 하지만 특약 및 상품의 복잡성으로 가격 비교 등에 어려움이 있는 문제점이 있다. 사실 생·손보험회의 상품비교공시를 보면 다른 선진국에 비해 상품별로 상당한 정보를 보험소비자에게 제공하고 있다. 하지만 국내 보험상품의 다양한 특약과 많은 수의 상품으로 인해 계약자가 상품비교공시를 통해 정확한 정보를 제공받는 데는 한계가 있다.

최근에는 특정 보험판매자가 불완전판매를 반복적으로 조장한다고 보아 보험판매자에 대한 공시가 강화되고 있다. 현재 진행 중인 ‘e클린 보험서비스’는 문제의 보험설계사를 계약 전 보험소비자가 파악할 수 있도록 보험설계사별 불완전판매 비율이나 계약유지율을 공시하는 내용이다. 보험계약 가입자 입장에서는 보험회사별 평가 요소도 중요하지만 그 보다는 판매자를 어느 정도 신뢰할 수 있는지에 대한 객관적인 정보가 더 중요할 수 있다. 하지만 이러한 정보를 제공하기 위해서는 설계사 본인의 정보공개에 대한 동의가 있어야 하는데, 2019년 7월 현재 약 20% 정도의 설계사만 동의를 하고 있어 문제가 되고 있다.

3. 계약자 신뢰가 낮은 이유와 개선 방향

2002년 민원발생평가제도, 2010년부터 불완전판매 비율 공시, 2015년 계량 및 비계량평가를 모두 포함한 금융소비자보호 실태평가 등 소비자보호를 위한 제도가 도입되어 왔다. 미국, 영국 등의 선진국에서는 우리만큼 다양한 소비자보호제도가 시행되지 않고 있는 실정이기 때문에 제도적 측면에서는 선진국을 능가한다고 평가할 수 있을 것이다.

하지만 소비자의 신뢰도 측면에서 우리의 보험산업이 선진국 수준이 되느냐를 판단해보면 아직 개선되어야 할 사항이 많이 있다고 보여진다. 다양한 평가제도와 공시가 소비자보호와 계약자의 보험산업에 대한 신뢰를 높이는 데 기여하였지만, 제도 도입만으로는 한계가 있다고 보여진다.

이러한 한계를 극복하기 위해선 평가제도와 공시 이외에도 수요자 입장에서 장단기과제가 병행되어야 할 것이다. 장기과제로는 일반국민의 보험에 대한 인식 제고, 청소년을 대상으로 한 보험교육⁵⁾의 저변 확대와 같은 보험문화의 정착이 장기적, 계획적으로 병행되어야 소비자의 신뢰 수준이 향상될 것이다.

단기과제로는 소비자가 구입하는 상품과 소비자의 접점인 판매채널 및 판매에 지불하는 수수료에 중점을 둔 개선이 이루어져야 할 것이다. 지금까지의 다양한 평가제도와 공시가 공급자인 보험회사에 초점을 둔 제도 개선이었는데, 소비자 시각에서 실감할 수 있는 제도 개선이 병행되어야 할 것이다. 즉, 소비자가 구매하는 상품이 어떤 형태가 되는 것이 신뢰수준 향상에 적합한지, 소비자가 지불하는 가격이 어떤 형태로 결정되는 것이 바람직한지 등에 대한 제도적 정비가 필요하다.

영국, 미국, 호주 등의 선진국에서는 앞서 언급된 수요자 입장에서 장단기과제로 보험교육, 수수료, 자문료에 대한 제도 개선이 최근 많이 이루어졌다. 다음 장에서는 이러한 선진사례를 바탕으로 신뢰 제고를 위한 개선 방안을 제시하고자 한다.

5) 보험교육과 관련된 상세한 내용은 정세창(2015)을 참조함

Ⅲ. 상품

1. 현황

우리나라에서 판매되는 보험상품은 회사별 차별성이 미약했고, 특약 중심의 보장으로 이루어진 특성을 가지고 있다. 2001년 12월 도입된 배타적사용권은 보험사 간 상품 모방 관행을 방지하고, 보험상품의 창의성을 고무시키기 위해서 도입되었다. 독자적 상품을 개발한 회사에게 3개월에서 12개월까지 기간에 대해 독점적 판매 권리를 부여하고 있다.

배타적사용권의 성과를 보면 2001년 도입 후 2015년까지 보험산업 전체에서 매년 10건 미만으로 매우 낮은 수준이었다. 예를 들어 보험회사의 배타적사용권 획득 건수는 2012년, 2013년, 2014년, 2015년 각각 7건, 8건, 7건, 8건이었다. 배타적사용권의 도입 후 15년간 별 성과가 없었다고 볼 수 있다.

하지만 최근 들어서는 보험사가 경쟁적으로 배타적사용권을 신청하여 획득하고 있다. 2015년 금융감독원이 ‘보험산업 경쟁력 강화 로드맵’을 발표하면서 보험사의 상품 개발 자율화를 장려하여 2016년에는 15건, 2017년 33건으로 대폭 증가하였다. 2018년에는 가격규제가 강화되면서 16건으로 줄어들었으나, 2019년 상반기에만 생명보험사 7개, 손해보험사 5개로 총 12개로 다시 늘어나고 있다. 이는 지난해 같은 기간보다 5개나 더 많다.

최근 배타적사용권의 특징을 보면 과거와 달리 <표 Ⅲ-1>에서 보는 바와 같이 중소형회사들이 약진하고 있다. 또한 최근 보험산업에서 인슈어테크를 적용한 배타적사용권이 증가하고 있다. 예를 들어, 농협손보의 On-Off 해외여행보험은 한 번 가입으로 필요 시마다 보험을 개시하고 종료할 수 있는 배타적사용권을 획득한 여행보험으로 6

월 12일 출시 후 7월 28일까지 총 1만 7,340건 판매되었다. 또 다른 예로 삼성화재의 애니핏(Anyfit) 걸음 수 할인특약은 자동차보험 최초로 걸음 수를 계산하여 보험료를 할인해주는데, 직전 13주 이내에 토, 일을 제외한 50일 이상 하루 6,000보를 달성하면 자동차 보험료의 3%를 할인해주는 배타적사용권을 획득했다.

배타적사용권이 확대되는 시장에서는 가격경쟁보다는 서비스경쟁이 활성화되어 불완전판매의 감소에 기여할 것으로 예상된다. 유사한 상품에 대해 가격경쟁만을 할 경우 소비자의 수요를 자극하기 위해 불완전판매가 발생하기 쉽기 때문이다.

중소형사의 약진과 인수어테크의 적용으로 향후 배타적사용권의 신청 및 획득은 더욱 늘어날 것으로 전망된다. 특히, 배타적사용권의 증대는 불완전판매와 관련하여 긍정적인 영향을 줄 것으로 예상된다. 배타적사용권의 증대는 가격경쟁을 지양하고 서비스경쟁을 활성화하는 계기가 될 것이다. 가격경쟁에만 집중된 경쟁 환경 때보다는 서비스경쟁에 의해 불완전판매가 감소할 것으로 전망된다.

〈표 III-1〉 2019년 상반기 배타적사용권 획득 현황

구분	보험회사	상품명	부여기간
생명보험	삼성생명	간편종합보장보험 건강하고 당당하게	3개월
	라이나생명	집에서 집중간병특약	9개월
	KDB생명	무배당 탄탄한 T-LINE 보장보험	3개월
	흥국생명	암보장해주는 가족사랑 치매보험	6개월
	교보라이프플래닛	m미세먼지질병보험	6개월
	DB생명	재진단 3대질병 진단특약	-
	삼성생명	우리아이 올바른 성장보험	6개월
손해보험	KB손보	요로결석진단비응급실내원비	6개월
	농협손보	소(牛)근출혈보상보험	9개월
	DB손보	간편고지 신장기간병요양진단비 특별약관	3개월
	롯데손보	천식지속상태 진단비 특약	3개월
	현대해상	커넥티드카 특화 자동차보험	3개월

자료: 생명보험협회; 손해보험협회

국내 보험상품의 또 다른 특징으로 특약을 보면 선진국에 비해 너무 많은 특약을 포함하여 판매하고 있다. 손해율이 높은 주계약을 관리하기 위해 예상 손해율이 매우 낮

은 특약을 많이 부가하여 상품을 만들어 판매해왔다. 소비자에게는 다양한 위험을 보장해준다는 마케팅 효과와 보험사의 수익관리를 위해 너무 많은 특약이 활용되어 왔다.

이로 인해 국내에서도 가격비교공시가 이루어지고 있지만 상품 간 가격비교가 어렵다. 수십여 개의 특약을 결합하여 패키지 형태로 판매되는 보험상품은 회사마다 특약이 달라 상품 간 비교용이성이 어려워 가격비교공시의 실효성을 떨어뜨린다.

또한 상품이 많은 특약으로 이루어져 있기 때문에 약관분량이 많고 내용도 어려워 소비자로서는 충분히 이해하고 가입하기 곤란한 경우가 많다.⁶⁾ 약관 내용이 어렵고 분량이 많아 소비자에게 꼭 필요한 핵심정보만 전달하기 위해 2007년 상품설명서가 도입되었으나, 도입 이후 계속 기재사항이 추가되면서 보험 청약 시 약관/청약서/보험증권과는 별도로 상품설명서만 최소 30페이지 수준에 이르고 있다.⁷⁾

결론적으로 국내보험상품의 복잡성으로 회사 간 상품비교가 어렵고, 상품에 대한 이해 역시 어렵기 때문에 불완전판매가 발생하기 쉬우며, 종국적으로 계약자 신뢰에 부정적인 영향을 주기 쉽다. 최근 이슈가 되었던 자살보험금 문제도 재해사망특약으로 발생한 것을 보면, 상품의 단순화, 보장의 명확화가 얼마나 중요한가를 보여준다.

보험상품의 불완전판매에 따른 제재는 국내에서도 자살보험금 문제로 경험하였듯이 앞으로 강화될 것으로 전망된다. 미국, 영국 등 선진국에서 판매되는 보험상품은 우리에 비해 보장 위주의 상품으로 간단하지만 보험에 내재된 '장래 리스크'의 특성상 불완전판매가 발생하기 쉽다. 그 결과 이들 국가에서도 보험상품 관련 불완전판매가 빈번하게 발생하였는데, 다음 절에서는 미국과 영국의 불완전판매 사례와 제재에 대해 살펴봄으로써 보험회사가 불완전판매를 줄이기 위해 어떻게 해야 하는지에 대한 방법을 모색해보고자 한다.

6) 최근 판매중인 B사의 치아보험은 상해·질병입원비, 화상진단비 등 총 38개 특약이 부과됨

7) 상품설명 그림자료(5p) + 상품설명서 요약자료(5p) + 핵심설명서(10p) + 상품설명서(12p)

2. 해외사례

가. 미국: 불완전판매 상품 사례

미국에서 보험상품 관련 불완전판매의 대표적인 사례는 Eliot Spitzer Case(2004)로 미국 최대의 브로커인 Marsh가 고객에게 보다 낮은 보험료를 제공할 수 있는 보험사를 선택하기보다는 자신들에게 더 높은 추가수수료를 제공하는 보험사를 고객에게 소개하는 불공정행위를 하였고, 이로 인해 시장에서 신뢰를 상실하게 된 사건이다. Marsh의 주식은 40% 가량, Aon은 32% 정도 가격이 떨어졌고, 채권가격 또한 정크본드 수준으로 낮아졌으며, 관련 보험사인 AIG, ACE 등의 주시가격도 모두 부정적 영향을 받게 되었다.

당시 뉴욕주 대법관인 Eliot Spitzer는 브로커인 Marsh가 자신의 수수료 수입을 극대화하면서 경쟁을 제한하였고, 결과적으로 소비자가 지급하는 보험료의 상승을 가져다주었다고 보고 있다. 그 결과 Marsh는 8억 5천만 달러의 과징금을 부과 받았다.

Eliot Spitzer Case 이후 브로커의 공시가 강화되는 계기가 되었다. 2011년 Wells Fargo Case로 브로커는 보험자와 맺은 보수계약 조건을 계약자에게 공시하는 규정(뉴욕주 보험규정 194조)이 만들어지게 되었다.

나. 영국: 불완전판매 상품 사례

영국에서 불완전판매는 세 가지 상품 영역에서 진행되었다. 먼저 1990년대 연금 불완전판매(Pension Mis-selling)가 발생되었다. 기업연금을 개인연금으로 위양하는 적용 제외 방식(Contracting Out)이 1988년 도입된 후 판매자의 부적절한 권유 및 자문이 발생하였다. 연금 불완전판매로 45억 파운드의 손실이 발생하였으며, 이후 영국에서는 1995년 1월부터 Soft 공시에서 Hard 공시로 공시 방법이 강화되었다.⁸⁾

8) Soft 공시에서 수수료는 '%'로 알려주어도 되나, Hard 공시에서는 금액단위로 수수료를 알려주어야 하는 것으로 강화되었음

두 번째 유형의 불완전판매는 양로보험연계형주택담보대출(MEP: Mortgage Endowment Policy) 상품에서 발생하였다. 주로 투자리스크를 계약자에게 알려주지 않아 불완전판매가 발생하여 27억 파운드의 손실이 발생하였다. 예를 들어, Lloyd는 투자리스크를 제대로 알려주지 않아 FSA로부터 44,000명의 고객에 대해 1억 6천5백만 파운드의 벌금을 부과받았다. 고위험채권(Precipice Bond) 투자를 제대로 알려주지 않아 발생한 불완전판매에서는 4억 5천9백만 파운드 손실이 발생하였다.

세 번째 유형은 2000년을 전후하여 불완전판매의 주요 대상이 되었던 지급보증보험(Payment Protection Insurance, 이하, 'PPI'라 함)이다. 통상 신용생명(손해)보험으로 지칭되는 상품으로 대출채무자가 사망, 질병, 상해, 실업 등으로 인하여 자신의 대출채무를 상환하지 못하게 될 경우 이를 보험금으로 보상해 주는 신용보험이다. 이 상품은 결국 금융기관의 대출을 촉진하는 수단으로 작용하였다.⁹⁾ PPI 상품은 불완전판매의 정도가 매우 심각하여 판매보수체계를 변화시키는 계기로 작용하였다. PPI의 불완전판매는 전체 불완전판매에서 차지하는 비중이 2007년 2%(1,832건)에서 2011년 51%(104,597건)로 증가하여 결국 일시납 PPI에 대해 판매중지를 하게 되었다. 이로 인해 보험회사와 판매자인 은행이 과징금 등으로 부담해야 했던 손실은 약 150억 파운드로 약 27조 원이나 된다.

PPI 상품의 불완전판매에 대해 보다 구체적으로 살펴보면, 영국에서는 1970년대 이후 저당PPI를 시작으로 개인대출PPI, 신용카드PPI 등 다양한 유형의 상품이 활용되었다. PPI 계약은 대출업자인 금융기관에 의해 판매되기도 하지만 제3자인 보험중개사나 독립적인 PPI사업자에 의해 판매되기도 한다. PPI의 필요성에도 불구하고, PPI는 주된 계약인 대출상품에 끼워 파는 부가계약(Add-on)이어서, 고객은 대출이나 카드가입 같은 주된 계약에 관심을 집중하고 PPI에 대해서는 그 필요성이나 내용에 대한 심중한 검토를 하지 않는 경향이 있다. 소비자가 대출이나 신용카드를 받으려면 반드시 가입해야 하는 것으로 오인하기 쉬운 점 등에서 불완전판매의 소지가 크다.

영국에서의 PPI 판매 과정에서 불완전판매로 지적된 사항을 보면 다음과 같다. 첫째, 온라인 대출희망자에게도 이 보험이 자동으로 가입되는 등 대출채무자가 PPI를 이

9) Eilis Ferran(2012)

용할 필요가 없음에도 PPI 계약을 체결하였다는 것이다. 즉 이 보험에 가입하지 않을 경우 대출이 거절될 수 있다는 두려움에 강제로 가입하게 되는 경우이다. 둘째, 보험료 수준이 대출실행비용의 25%까지 가는 경우도 있어 지나치게 높았다는 점이다. 소비자가 대출에 부대되는 계약(PPI)으로 가볍게 여기는 경향을 악용하여 단일 또는 구간요금제로 판매되는 경우가 많아, 대출기관에 막대한 수익률을 가져다 준 결과를 낳았다.¹⁰⁾ 셋째, 과도한 면책사유에도 불구하고 전화판매 등에서는 사전에 이에 대한 충분한 설명을 생략하는 경우가 많았다. 넷째, 보험모집 전문인이 아닌 대출기관의 PPI 판매자가 어떤 설명을 하여야 하는지에 대한 확실한 기준을 갖고 있지 못하였다는 점이다. 대출기관이 판매함으로써 보험료가 카드대납상환이나 대출금이자 등에 추가 합산되어 부과되는 점이다. 다섯째, FSA는 완전판매에 부적절한 수당체계를 지적하였고 이것이 때로는 역선택을 유발한다고 밝혔다. 보험판매 수수료나 판매수익이 너무 높아 당해 기관이 대출금에 대해 부과하는 대출이율과 비교할 때 과도한 점이 지적되었다.

2005년 FSA는 PPI 상품의 불완전판매를 방지하기 위한 5개 원칙을 공표하고 이 원칙에 입각하여 2006년 PPI의 불완전판매에 대한 조치를 하였다. 핵심 조치는 불완전 판매로 인한 고객의 손실을 보상하도록 하는 것이었다. 이 조치로 인해 금융기업들은 고객을 공정하게 다루어야만 생존할 수 있다는 교훈을 얻게 되었다.¹¹⁾

3. 제언

미국과 영국의 불완전판매 사례에서 보듯이 불완전판매에 따른 소비자의 피해는 신뢰뿐만 아니라 엄청난 규모의 과징금으로 중국적으로 보험회사에게 손실을 안겨다 준다. 이를 방지하기 위한 상품 측면에서의 제언은 보험상품을 단순 명확하게 하는 것이다.

국내의 경우 특약을 통한 담보 내용이 너무 많고 상품 수도 보험수요에 비해 지나치

10) 영국 경쟁위원회(CC)의 2008년 조사에 따르면 종목별 손해율이 자동차(78%), 가정보험(54%)인 데 반해 저당PPI 28%, 개인대출PPI 15%, 신용카드PPI 11%로 나타난 것을 통해 알 수 있음(Allen Wells 2011)

11) Andromachi Georgosouli(2014)

게 많은 편이다.¹²⁾ 최근에는 소비자의 오인 가능성이 높은 상품명(예: 연금 타는(미리 연금 받는) 종신보험, 부자 만들기 종신보험 등)을 사용하여 소비자가 오인하기 쉬운 상품을 판매하는 경우가 많다.

따라서 소비자의 보험상품 완전구매를 위해 보험상품은 단순 명확하게 하는 방향으로 개선이 필요하다. 특히 우리나라 보험산업이 IFRS 17 도입을 앞둔 시점에서 현재와 같이 복잡한 상품은 관리하기가 매우 어렵기 때문에 상품단순화의 과제는 매우 중요하다. 그러나 시장의 현실을 외면한 채 모든 보험상품을 자동차보험이나 실손보험과 같이 표준화된 상품으로 단순화하기는 단기간 내 곤란할 것이다. 따라서 상품 자율화 취지에 벗어나지 않으면서도 최대한 소비자보호 측면에서 상품 단순 및 명확화, 상품 명에 대한 오인 가능성 배제 등을 위해 감독당국의 지속적인 모니터링과 정책적 지원이 필요하다.

예를 들면, 비대면채널의 주력상품으로 어린이보험, 암보험, 실버보험, 치아보험 등이 있는데, 이들 상품은 종합담보상품(패키지상품)에 비해 비교적 담보구조가 단순하고 고객의 이해도가 높아 불완전판매의 발생을 미연에 방지할 수 있다. 따라서 이러한 채널과 단순상품이 시장에서 활성화될 수 있도록 유도하는 정책이 필요하다. 금융감독원이 과도한 보험특약상품에 대한 전수조사를 통해 상품 단순화를 유도하고 불완전판매를 줄이려고 한 것은 이런 정책의 대표적인 예라고 할 수 있겠다.¹³⁾ 또한 금융감독원은 보험금 지급이 거의 이루어지지 않는 특약에 대해 행정지도¹⁴⁾를 강화했는데, 이 역시 특약의 남발에 따른 부작용을 방지하기 위한 조치이다.

보험회사 입장에서든 향후 AI의 영향으로 상품 단순화가 더욱 필요하다. 인슈어테크를 통한 비용 절감을 위해서는 상품의 단순화가 전제되어야 기능하므로 상품 단순화는 불완전판매 감소뿐만 아니라 비용 절감을 통한 수익 향상을 위해 필요하다고 보여진다.

배타적사용권과 관련하여서는 유사한 상품의 가격경쟁을 지양하고 서비스로 경쟁

12) 국내의 경우 판매 중인 보험상품 수가 2017년 1분기 기준 5,134개임

13) 머니투데이(2018. 8. 7), “가입자도 모르는 수십 개 보험특약, 금감원 전수조사”

14) 뉴스핌(2019. 8. 2), “‘돈만 받고 지급 없는’ 보험특약 대거 정리될 듯”

하는 시장환경이 조성된다는 점에서 불완전판매 감소에 기여할 것으로 보여진다. 특히, 보험수요가 정체되는 최근의 상황에서 배타적사용권의 신청 및 획득이 늘어나는 것은 신수요의 창출에도 기여할 것이다. 이에 배타적사용권의 독점권을 더 길게 보장하여 불완전판매의 감소뿐만 아니라 신수요의 증대에도 기여할 수 있도록 하는 감독 정책이 요망된다. 배타적사용권과 같은 독점권 보장은 무분별하게 타사 상품을 그대로 판매하여 자살보험금 재해사망특약과 같이 많은 회사들이 소송 및 분쟁으로 소비자 신뢰를 잃는 것을 감소시킬 것으로 예상된다.

IV. 수수료

1. 현황

보험회사가 판매자에게 지급하는 수수료는 소비자의 신뢰와 관련하여 투명성과 적정성 측면에서 중요한 의의를 지닌다. 소비자는 자신이 지불하는 보험료에서 판매자 몫으로 얼마가 지불되는지를 알고 싶을 것이다. 어느 정도 지불되는지를 알아야 판매자로부터 받는 서비스가 적정한지를 판단할 수 있을 것이며, 이러한 판단을 통해 소비자 효용이 결정될 것이다.

하지만 한국의 경우 공시제도가 활성화되고는 있지만, 앞서 상품에서 기술한 바와 같이 많은 특약으로 가격 비교가 어렵다. 따라서 소비자가 지급하는 수수료가 적정한지도 판단하기 어렵다. 특히, GA의 경우 전통적 대면채널인 전속설계사에 비해 불완전판매 비율이 높으면서도 수수료율이 높다.¹⁵⁾

설계사와 GA의 불완전판매 비율을 생명보험 상품별로 보다 세분화하여 비교해 보면, <표 IV-1>과 같다. <표 IV-1>은 전속설계사와 GA 간 상품별 불완전판매 비율을 대응표본 T 검정으로 분석한 결과이다. 대응표본 T 검정은 보험회사별로 상품에 따라 채널 포트폴리오 포함 여부가 다를 수 있는데, 이러한 점을 감안한 분석으로 보다 정교한 비교를 가능하게 해준다.

생명보험 대부분의 상품에서 GA의 불완전판매 비율이 전속설계사보다 높게 나타나고 있다. 어린이보험의 경우는 전속설계사의 불완전판매 비율이 0.229로 0.227인 GA보다 높으나 유의하지 않다. 반면 변액보험, 연금, 저축보험, 종신보험, 치명적 질병에서 GA의 불완전판매 비율이 전속설계사에 비해 유의하게 높게 나타나고 있다.

15) 전속설계사와 GA의 수수료율 비교는 정세창(2017)을 참조함

〈표 IV-1〉 생명보험 상품별 설계사와 GA 간 불완전판매 비율 비교(2016~2018)

구분		평균	t 값
변액보험	설계사	0.433	5.551 ^{***}
	GA	0.797	
암보험	설계사	0.090	0.453
	GA	0.098	
어린이보험	설계사	0.229	-0.087
	GA	0.227	
연금	설계사	0.360	4.103 ^{***}
	GA	0.793	
저축보험	설계사	0.310	2.926 ^{***}
	GA	0.505	
종신보험	설계사	0.510	5.415 ^{***}
	GA	0.923	
치명적 질병	설계사	0.237	2.739 ^{***}
	GA	0.430	

주: ***는 < 0.01

〈표 IV-2〉 손해보험 상품별 설계사와 GA 간 불완전판매 비율 비교(2016~2018)

구분		평균	t 값
상해보험	설계사	0.087	3.278 ^{***}
	GA	0.124	
연금저축	설계사	0.151	2.938 ^{***}
	GA	0.308	
운전자보험	설계사	0.036	4.371 ^{***}
	GA	0.078	
재물보험	설계사	0.091	1.384
	GA	0.124	
질병보험	설계사	0.104	3.208 ^{***}
	GA	0.137	

주: ***는 < 0.01

손해보험에서도 생명보험에서와 마찬가지로 GA의 불완전판매 비율이 설계사보다 높게 나타나고 있다. 재물보험에서는 분석결과가 유의하지 않으나, 상해보험, 연금저

축, 운전자보험, 질병보험에서는 GA의 불완전판매 비율이 설계사보다 유의하게 높게 나타나고 있다.

다음으로 대형 GA를 대상으로 수수료와 직접 관련성이 있는 계약 체결 회사 수 및 매출액을 기준으로 불완전판매 비율 및 유지율이라는 소비자보호 지수 간 상관계수를 보면 <표 IV-3>과 같다. 대형 GA가 체결한 회사 수가 많을수록 생명보험에서는 불완전판매 비율이 유의하게 높고 나타나고, 13회차 유지율이 유의하게 낮게 나타났다. 이는 판매수수료 수입을 위해 소비자보호가 제대로 이루어지지 못하고 있음을 보여준다. 손해보험에서는 GA의 매출액이 많을수록 13회차 유지율이 유의하게 낮게 나타나고 있는데, 이도 생명보험에서와 마찬가지로 해석할 수 있을 것이다.

<표 IV-3> 대형 GA 영업성과와 소비자보호 변수 간 상관계수

구분	계약체결 회사 수	매출액
불완전판매 비율(생보)	0.384*** (0.011) (n=43)	-0.060 (0.740) (n=33)
불완전판매 비율(손보)	-0.205 (0.183) (n=44)	0.244 (0.172) (n=33)
13회차 유지율(생보)	-0.376** (0.017) (n=40)	0.029 (0.876) (n=32)
13회차 유지율(손보)	-0.105 (0.526) (n=39)	-0.414** (0.019) (n=32)

주: 1) ***, **는 각각 <0.01, <0.05

2) 계약체결 회사 수는 2018년 9월 말 기준, 매출액, 불완전판매 비율 및 유지율은 2017년 12월 말 기준임
자료: 생명보험협회 및 손해보험협회 공시실 법인대리점 자료

이와 같이 수수료가 불완전판매 비율, 유지율과 직접적인 연관이 있기 때문에 소비자 신뢰 제고를 위해서는 수수료에 대한 개선이 이루어져야 할 것이다. 이를 위해 국내 및 해외사례를 참조하여 개선 방안을 모색해보고자 한다.

2. 수수료 규제와 국내사례

보험가격 규제는 소비자보호를 목적으로 감독당국이 취하는 사전적 규제인데, 두 가지 방향이 있다. 가격인하 규제와 가격인상 규제가 있는데, 전자는 보험사가 지급여력을 고려하지 않고 낮은 가격으로 시장점유율을 높이는 출혈경쟁(Destructive Competition)에서 감독당국이 취하는 조치다. 출혈경쟁으로 일부 소비자가 저렴한 보험료라는 이익을 볼 수 있으나, 시장에서 왜곡이 발생하고 종국적으로 시장에서 퇴출되는 회사가 많아져 소비자보호가 제대로 이루어질 수 없기 때문에 감독당국이 가격에 직접 개입하는 것이다.

반면 가격인상 규제는 시장 참여자가 소수이거나, 일부 참여자의 독과점 상황 또는 우월적 지위로 높은 가격이 소비자의 부(Welfare)를 감소시킬 수 있는 경우 감독당국이 취하는 조치이다. 또는 소비자물가지수 관리 차원에서 자동차보험료 규제를 하는 경우도 여기에 해당된다.

출혈경쟁은 가격자유화 초기나 성장이 정체되거나 하락되는 상황에서 발생하기 쉽다. 가격이 규제되다가 자유화되면 초기에 시장을 선점하기 위해 순보험료보다 낮은 영업보험료를 제시하는 회사가 생길 수 있는데, 독일 자동차보험시장에서 가격자유화가 시작된 직후인 1900년대 중반에 이러한 현상이 발견되었다.¹⁶⁾ 또는 성장하던 시장이 침체기로 전환되면 과거보다 수입보험료 규모가 줄어들기 쉬운데, 이 경우 시장을 선점하기 위해 출혈경쟁하는 경우가 발생하기 쉽다.

가격 인상에 대한 규제는 제한된 경쟁상황으로 시장참여자 중 일부가 과도한 이익을 보는 경우에 일어난다. 기존사는 보험료 산정능력이 매우 뛰어나지만 새로운 진입자는 계약자의 특성을 정확하게 반영하여 보험료를 산정하기 어려워 가격 산정에 비용이 많이 드는 경우 또는 진입장벽이 높은 경우에 감독당국이 개입하여 과도한 이익을 가져가지 못하게 하는 경우이다.¹⁷⁾

하지만 선진국에서 1990년대를 전후하여 경쟁시장 환경이 조성되고, 사후적 규제인

16) 보다 자세한 내용은 정세창(2000)을 참조 바람

17) Klein Robert W.(2012)

재무건전성 규제가 강화되면서 가격에 대해서는 보험회사가 자유롭게 정할 수 있도록 하는 가격자유화가 단행되었다. 한국의 경우도 2000년대를 전후하여 IMF 외환위기 이후 경쟁 환경 및 재무건전성 규제가 강화되면서 가격자유화를 시행하였다.

시장이 경쟁적이고, 사후적 규제인 재무건전성 규제가 강력하게 시행되면 가격이 적정 수준에서 정해지기 때문에 소비자보호에 별 문제가 없다는 전제로 가격자유화가 이루어지는 것이 일반적 현상이다. 또한 가격자유화로 보험회사의 고유 전문성 중 하나인 가격 책정 경쟁력을 키울 수 있기 때문에 특히 선진국에서 시행되어 왔다.

하지만 소비자보호와 관련하여 가격자유화는 보험료의 구성요소에 따라 두 가지 측면에서 논의될 수 있다. 지금까지 대부분의 연구에서는 가격 전체에 대해 자유화나 규제나를 논의했지만 소비자보호 관점에서 보다 세분하여 보험료의 구성요소를 볼 수 있을 것이다. 즉, 보험료는 순보험료와 부가보험료로 나눌 수 있기 때문에 각각에 대한 규제 또는 자유화를 생각해 볼 수 있다.

소비자보호와 관련하여 순보험료가 경쟁적으로 결정되어 합리적인 가격인지와 부가보험료가 경쟁적으로 결정되어 적정한지를 구분하여 볼 필요가 있다. 만약 두 요소 중 출혈경쟁 또는 우월적 지위로 가격이 정해지는 시장이 있다면 각 요소에 대해 분리하여 가격인하 규제 또는 가격인상 규제를 하는 것이 규제의 효과 및 소비자보호를 위해 바람직할 것이다.

Inderst and Ottaviani(2009)의 연구¹⁸⁾에 의하면, 수수료가 높거나, 수수료 구조의 투명성이 낮거나, 고객을 유인하기가 어려운 경우 불완전판매가 발생하기 쉽다고 보고 있다. 수수료 구조가 불완전판매와 직접적으로 관련이 있다는 연구로, 수수료에 대한 규제로 불완전판매를 낮출 수 있고 결과적으로 소비자보호를 제고시킬 수 있다는 것이다.

만약 순보험료가 경쟁적으로 결정되는 반면, 부가보험료는 그렇지 못한 경우 가격 전체가 아니라 순보험료는 가격자유화, 부가보험료는 규제를 하는 것이 타당할 것이다. 특정 채널이 과도한 시장지배력이 있는 경우 부가보험료에 대해 직접적으로 가격 규제가 이루어진 국내외 사례가 있다.

18) Inderst Roman, Ottaviani Marco(2009)

국내의 경우 2003년 방카슈랑스 도입 후 당초 소비자 편익으로 예상했던 보험료 인하의 효과가 없자 2005년 7월부터 신계약비에 대해 직접 규제하여 가격을 인하하게 되었다. 금융기관대리점에서 판매하는 상품에 대해서는 기존의 다른 판매 방법에서의 표준예정신계약비율보다 낮게 수수료를 규정하였다. 저축성보험의 경우는 표준예정신계약비율의 70% 이내에서 사용하도록 감독규정을 만들었다. 그 결과 판매수수료인 신계약비가 기존 상품보다 30% 이상 하락함에 따라 보험료는 2.5~5% 정도 인하하는 효과를 가져다주게 되었다. 이후 가격 인하 효과를 더욱 크게 감독규정을 개정하였는데, 2014년도에는 60%, 2015년도에는 50%로 인하되어 현재까지 50%로 감독규정에 명시되어 있다.

가격규제 후 금융기관대리점을 통해 판매되는 상품의 가격 인하 효과가 있었으며, 동 채널 통한 소비자의 만족도는 개선된 것으로 보인다. 품질보증과 민원 등의 내용을 포함한 불완전판매 비율이 <표 IV-4>에 의하면 방카슈랑스채널의 경우 2013년 이후 전체 평균보다 더 높게 개선된 것으로 나타나고 있다.

〈표 IV-4〉 가격규제 후 방카슈랑스 불완전판매 비율

(단위: %)

구분	방카슈랑스	전체
2012	0.35	0.93
2013	0.40	0.78
2014	0.10	0.67
2015	0.06	0.59
2016 상반기 (변액보험 제외)	0.04	0.31
2016 상반기 (변액보험)	0.00	0.37

자료: 생명보험협회 공시실

3. 해외사례

가. 수수료 규제

가격 자유화가 일반적인 해외 선진보험시장에서도 수수료에 대해서는 규제하는 경우가 많다. 미국, 독일, 영국, 호주, 싱가포르에서 수수료에 대한 직접 규제가 있다. 미국의 뉴욕주 보험법 4228조에서는 판매채널별로 4차년도까지 판매수수료 총액에 대해 규제를 하고 있다. 미국 뉴욕주의 경우 총 수수료 포함 판매비를 제한하는 규정은 뉴욕주 보험업법(4228조: Life Insurance and Annuity Business: Limitation of Expenses)에 근거하고 있다. 동 규정은 뉴욕주에서 영업하는 모든 생명보험회사에게 적용되는 규정으로 뉴욕주에서 보험상품을 판매할 경우, 타 주에서도 뉴욕주의 규정을 따르도록 규정하고 있다. 뉴욕주는 시장규모가 크고 뉴욕에 본사를 둔 생명보험회사의 수가 많아 미국 내에서 선도적 위치에 있기 때문에 뉴욕주 규정을 따르는 생명보험회사가 많다.

뉴욕주 보험업법 4228조의 역사적 배경을 살펴보면 본 법안은 1906년에 제정되어 1950년대에 상원의 개정안에 의해 개정되었으며, 1996년 가격규제를 상당히 완화하는 법안이 제안되었으나, 소비자보호 문제로 통과되지 못했다. 이후 1997년 8월 기존 법안에 어느 정도 신축성을 부여한 법안이 통과되어, 1998년 1월 발효되어 현재의 형태로 남게 되었다. 타 주와는 달리 보험회사의 영업 방법에 대한 규정을 비교적 세부적이고 보수적으로 기술한 본 법안 때문에 보험회사들은 기존의 보험법인과는 별도로 뉴욕주 내 영업만을 위한 법인을 따로 설립하는 경우가 대부분이다.

뉴욕주 보험업법 제4228조는 보험 Agent 및 GA(General Agent)에게 지급하는 수수료 및 비용에 대한 제한을 하고 있는데, 1998년 개정 발효된 내용을 보면 다음과 같다.¹⁹⁾ 상기조항의 (d)항에 의하면 보험회사는 Agent에게 생명보험계약의 경우 초년도 환산보험료(Qualifying First Year Premium)의 55%, 제2보험년도 갱신보험료의 22%, 제3보험년도 갱신보험료의 20% 또는 제4보험년도 갱신보험료의 18%를 초과하는 수수료를 지급할 수 없다고 규정하고 있다. 판매비용을 포함시킬 경우 초년도는 환산보험료

19) Society of Actuaries(1998)

의 91%를 초과할 수 없다.

생명보험계약에서는 GA에게 초년도 환산보험료의 63%, 제2보험년도 갱신보험료의 27%, 제3보험년도 갱신보험료의 23% 또는 제4보험년도 갱신보험료의 20%를 초과하는 수수료를 지급할 수 없다고 규정하고 있다. 판매비용을 포함시킬 경우 초년도는 환산보험료의 99%를 초과할 수 없다고 규정하여 Agent보다는 조금 높은 수준이다.

적격연금의 경우 Agent와 GA 각각에 대해 초년도 환산보험료의 14.5%, 16%, 제2보험년도 갱신보험료의 4.5%, 6%, 제3보험년도 갱신보험료의 4.5%, 6%, 또는 제4보험년도 갱신보험료의 4.5%, 6%를 초과하는 수수료를 지급할 수 없다고 규정하고 있다. 판매비용을 포함시킬 경우도 각각 초년도 환산보험료의 14.5%, 16%로 수수료 한도 내에서 지급하여야 한다.

일시납 생명보험과 연금에서는 Agent와 GA 각각에 대해 일시납보험료의 7%, 8%, 판매비용을 포함해서는 각각 7%, 8.5%로 GA에 대해 판매비용을 조금 더 높게 책정하고 있다.

하지만 1차년도부터 4차년도까지 한도 내에서 지급비율은 조정할 수 있도록 허용하고 있다. 예를 들어, 생명보험계약에서 제1보험연도에 환산보험료의 91%, 이후 4보험연도까지 세 번에 대해 각 20% 또는 매년 $37.75\%((91+60)/4=37.75)$ 와 같이 조정할 수는 있다.

독일의 경우 민영건강보험에서 수수료 한도 규정을 두고 있다.²⁰⁾ 독일금융당국(BaFin: Federal Financial Supervisory Authority)은 민영건강보험에서 수수료가 지나치게 높아 소비자보호 관점에서 2012년 4월 1일부터 수수료에 대해 직접 규제를 하고 있다. 예를 들어, 25년 계약의 경우 전체수수료의 합이 총보험료의 3.3%를 넘지 못하게 규제하고 있다.

영국에서는 브로커의 조건부 커미션(Contingent Commission)을 금지하고 있다. 조건부 커미션은 브로커가 많은 물건을 보험자에게 중개해주고 그 대가로 추가수수료를 받는 것으로 영국에서는 판매실적 연동 비레급(Volume Override)이라고도 하며, 미국의 2004년 Eliot Spitzer Case 이후 계약자의 이익에 반한다고 해서 브로커가 조건부

20) Institut für Finanzdienstleistungen e.V.(2013. 10)

커미션을 받는 것을 금지해오고 있다.²¹⁾

수수료와 관련하여서는 호주에서 지난 10년간 큰 변화가 발생했는데, 우리에게 시사하는 바가 크다. 호주의 금융시스템은 1996년 Wallis 보고서에 의해 소비자의 합리적 선택을 위한 공시 중심의 개혁이 있었다. 당시 개혁의 주요 내용에는 투자상품 판매와 조언에 필요한 적격성과 윤리성에 관한 요건, 자문료와 서비스 제공자의 능력에 관한 공시, 투자자의 재산과 금전 취급에 관한 규정 등이 있었다.²²⁾

하지만 2009년 금융위기를 거치면서 1996년 Wallis 내용은 당시의 금융환경에 더 이상 적합하지 않다고 판단되었다. Wallis 보고서에서는 투자형 상품의 공시를 중시하였지만 투자자가 이를 제대로 읽지 않는 문제점이 있고, 판매자 또는 자문자의 이해와 투자자 또는 계약자의 이해가 서로 충돌하는 데 논란의 핵심이 있다고 보았다. 이러한 갈등의 근원적 원인이 보상체계(Remuneration)에 있다고 보고 이에 대한 개혁이 이루어지게 되었다.

당시 금융위기 여파를 수습하기 위해 2009년 9월 국회에서 기업과 금융서비스 조인트 커미티(PJC: Parliamentary Joint Committee on Corporations and Financial Services)가 만들어졌다. 이후 금융개혁은 PJC에서 진행되었으며, 2009년 11월 Ripoll 보고서가 나오게 되었다.²³⁾

PJC의 금융상품 서비스에 대한 질의(Inquiry Into Financial Products and Services)에 대한 답변으로 2010년 4월 전직재무장관 Chris Brown은 호주 금융서비스(FoFA: Future of Finance Advice) 개혁을 공표하였다(ASIC 2012). FoFA는 2012년 3월 22일 국회를 통과하였고, 2013년 7월 개혁을 시행하게 되었다.

금융서비스 개혁의 주요 내용으로는 첫째, 최선의 의무(판매자의 이익이 아니라 고객의 이익을 최우선), 둘째, 소비자 선택에 영향을 줄 수 있는 상충되는 판매 보수(Conflicted Remuneration)의 금지, 셋째, 연도별 자문료 공시(FDS: Fee Disclosure Statement), 넷째, 2년마다 자문료 조정에 대한 고객의 사전 동의 필요, 다섯째, ASIC

21) AXCO(2011)

22) Financial System Inquiry(1996)

23) Parliamentary Joint Committee on Corporations and Financial Services(2009. 11); 동 보고서는 위원회 의장인 Bernie Ripoll의 이름을 따 Ripoll Report로 칭함

의 인허가 권한 확대로 요약할 수 있다.

개혁의 핵심은 최선의 의무 제공을 위해 판매보수에 대한 규제를 강화하는 것이다. 판매실적 연동 비례급(Volume Rebates), 시책 등(Bonuses and Any Other Financial Incentives), 비금전적 급부(Soft-dollar Benefits)를 금지하여, 소비자 중심의 판매 시장을 형성하는 것이다. 즉, 이해상충보수의 금지가 주요 내용인데, 이해상충이 있는 보수인지에 대한 판단은 형식보다는 내용에 기반을 두고 판단하며, 보수 방법, 보수 주체, 보수 시기, 보수 이유, 보수 금액 및 결정 방법, 보수 종류 등을 고려하여 결정하게 된다. 예를 들어 보수 시기와 관련하여 금융상품이 판매된 후 고객이 주는 보수는 이해상충이 없다고 보아 보수금지 규제를 적용하지 않는다.

FoFA 실행 후 호주에서 평가 및 논의사항을 보면, 2013년 개혁에서 더 나아가자고 주장하고 있다. PIR(Post Implementation Review)에서 FoFA개혁이 제대로 시행되기 위해서는 수수료 금지와 자문료 지급을 현재 투자형상품에서 확대하여 보장성생명보험과 손해보험으로까지 확대되어야 한다고 주장하고 있다(AIST 2017).

ASIC의 보고서(2014)에 의하면 수수료 체계하에서는 96%가 좋은 서비스를 제공하지 못했다고 조사되었다. 수수료 금지를 시행한 이유는 금융산업에서 이해관계가 첨예하게 대립될 수 있는 수수료를 자문료로 전환함으로써 갈등을 완화하고, 보수체계를 바꾸어 판매자가 고객의 니즈를 우선 고려하도록 하고, 나아가 효율적인 금융시스템을 만들기 위해서이다. 따라서 PIR에서는 수수료 금지를 보장성생명보험과 손해보험으로 확대하지 않을 이유가 없다고 보고 있다.

한편 보장성생명보험과 손해보험으로까지 확대시키지 말아야 한다는 이유로 보험 수요의 감소와 판매 어려움으로 인한 판매자의 감소를 산업에서는 주장하고 있다. 그러나 PIR에서는 보험 수요의 감소보다 소비자의 이익이 더 중요하며, 판매자는 관련 통계를 볼 때 오히려 증가하였기 때문에 이러한 주장이 근거 없다고 보고 있다. 호주에서 판매자는 2009년 5월 18,000명이었으나, 2016년 12월 31일 25,300명으로 오히려 그 수가 증가하였다.

연도별 자문료 공시도 개혁의 내용 중 하나이다. 2년마다의 자문료 조정을 1년에 한번씩 조정으로 바꾸어 적어도 1년에 한 번 이상 고객 서비스 제공과 자문료 수준의 조

정이 이루어져야 한다고 제의하고 있다.

PIR에서는 또한 비금전적 급부에서 예외로 두고 있는 사항에 대해서도 고객지향적 자문(Unbiased Advice)을 위해 금지하는 것을 제안하고 있다. 고객이 지급하는 비금전적 급부, 손해보험에서의 비금전적 급부, 300달러 이하에 해당되는 비금전적 급부, IT 지원 및 교육 훈련 급부는 2013년 FoFA에서 예외로 두었는데, 이들에 대해서도 금지하는 것이 타당하다고 제안하고 있다.

호주는 상충되는 보수금지 규제뿐만 아니라 승환계약 및 선취수수료에 대해서도 강력하게 규제하고 있다. 호주에서 생명보험계약의 경우, 신규계약의 6분의 1에서 3분의 1이 부당 승환계약인 것으로 보고될 만큼 승환계약의 문제가 보험시장에서 매우 심각한 이슈로 등장하였다. 부당 승환계약은 재무설계사(Financial Planner) 혹은 재무조언자(Financial Adviser)들의 조언에 의해 대부분 발생하는 것으로 확인되었다. 호주는 부당 승환계약(Churning)의 문제를 강력한 규제로 대처하였다.

이를 해결하기 위한 특단의 조치가 필요하게 됐는데, 이에 호주 금융서비스위원회가 금융서비스위원회 규범인 생명보험보수규정(Life Insurance Remuneration Arrangement)을 개정하여 2018년 1월부터 적용하고 있다.²⁴⁾ 주요 내용으로 우선 선취수수료(Upfront Commission) 중심의 보상체계에서는 상품판매자가 수수료 수입 확대를 목적으로 소비자에게 부적합한 상품을 권유하고, 자문의 질이 낮다고 판단하여 선취 규제를 강화하였다.

그 결과 선취수수료 수준을 낮추고 유지수수료의 비중을 높이도록 설계하였다. 생명보험 판매자가 받는 선취수수료의 최고한도를 2018년 초년도 보험료의 80%, 2019년 70%, 2020년 60%로 단계적으로 인하하고, 2차년 이후부터 발생하는 유지수수료 한도는 갱신보험료의 20%로 상향 조정하였다.²⁵⁾

또한 보험계약 체결 후 계약이 해지되는 경우 수수료를 환수할 수 있는 규정(Clawback Arrangement)을 도입하였다. 보험계약 체결 후 1년 이내에 해당 계약이 해

24) Life Insurance Framework(LIF) reform으로 칭함: Corporations Amendment (Life Insurance Remuneration Arrangements) Act 2017

25) Parliamentary Joint Committee on Corporations and Financial Services(2018. 3)

지되는 경우 선취수수료 전액이 환수되며, 2차년도 중에 보험계약이 해지되는 경우 선취수수료의 60%를 환수하도록 하고 있다. 또한 보장범위 조정 등에 따른 보험료 감소 시에도 초년도에 수취한 수수료의 일정비율(1차년도 100%, 2차년도 60%)에 보험료 감소 비율을 적용한 금액을 환수하도록 규정하였다.²⁶⁾

이러한 조항은 고객의 이익을 훼손하는 승환계약은 대부분 해약으로 이어진다는 점에 착안하여 계약체결 후 2년 안에 해약이 이루어진 경우 보험회사가 지급한 수수료의 일부 또는 전부를 회수할 수 있도록 한 것이다. 즉, 판매자로 하여금 그들이 주선한 계약에 대하여 2년 동안 책임을 지도록 하였다. 이러한 조치에 대해 호주 감독기구인 ASIC는 고객 신뢰 회복을 위해 바람직한 조치라고 지지를 하고 있다.

싱가포르의 경우에도 판매실적 연동 비례급을 금지하고 있다. 싱가포르의 보험보수 규칙(Insurance (Remuneration) Regulation) 제3조 제4항에 의하면 보험계약의 수, 금액에 직간접적으로 관련된 판매 수수료를 지급하지 못하도록 규정하고 있다.²⁷⁾

나. 자문료 사례

1) 영국의 RDR(Retail Distribution Review) 사례

영국이 RDR를 통해 투자형상품에 대해 수수료 대신 자문료를 도입한 것은 불완전 판매와 관련이 높다. 영국은 전통적으로 유럽과 세계에서 가장 규제가 완화된 금융시장을 지향해 왔으며, 이를 통해 경쟁 환경을 조성하되, 소비자보호를 두텁게 하는 금융정책을 시행해왔다.

하지만 1990년대 연금 불완전판매 스캔들 이후 소비자보호를 위해 공시를 강화해 왔으나, 시장에서는 여전히 불완전판매가 발생하여 공급자 또는 판매자 중심의 제도 개혁 및 강화로는 한계가 있음을 경험하였다. 즉, 시장에서 공시를 아무리 강화하여도 판매자는 고객의 이익보다는 자신의 이익을 우선하여 행동하기 쉽다는 것을 알게 되었

26) ASIC(2017)

27) MAS(2015)에서 규정하고 있으며, 현재는 동 규정이 개정되어 Insurance (Remuneration) Regulation 2017이 적용되고 있음

다. 그 결과 PPI와 같은 대규모 스캔들도 발생하였고, 당시와 같은 보수체제로는 규제를 아무리 강화하여도 효과가 없다는 것을 지각하게 되었다.

이와 관련하여 FSA는 왜 불완전판매가 행하여지는지에 대하여, 보험판매의 구조적 문제점을 지적하였다. Oliver Wyman이 1991년 영국 보험협회와 런던 생명보험회사 협회에 제출한 보고서에 의하면, 영국 경제활동인구의 200분의 1에 해당하는 약 17만 2천 명의 모집인들은 가족이나 친지들에게 보험상품을 판매한 후 인맥이 소진되면 보험업계를 떠나는 것으로 보고되었다. 이에 Lobo-Guerrero(2013)의 연구에서도 모집 활동 시작 후 2년 이내에 80%가 그만두게 되는 구조적 문제가 불완전판매를 만드는 원인이라고 보았다.

그 결과 RDR에 의해 서비스 지급의 구조를 소비자가 직접 판매자에게 주는 방식으로 변경하게 되었다. 2012년 말부터 투자형상품에 대해서는 수수료(Commission) 방식을 금지하고 자문료(Fee)로만 서비스를 제공하게 되었다. 네덜란드와 호주도 유사한 취지로 자문료 방식을 도입하게 되었다.

네덜란드의 자문료 도입 시기 및 배경을 보면, 2010년 10월 당시 재무장관인 Jan Kees de Jager가 하원에 수수료 금지안을 제출하면서 논의가 되어 2013년 자문료가 도입되었다. 네덜란드에서 수수료를 금지한 이유도 판매자가 고객에게 가장 이로운 상품을 제공하는 것이 아니라 판매수익을 가장 많이 가져다주는 상품을 고객에게 권하는 관행을 근본적으로 없애기 위해서였다.

당시 수수료 금지안에 대해 네덜란드 보험협회와 ING는 찬성하였다. 네덜란드 보험협회는 동 안이 네덜란드 보험 유통구조를 현대화시키는 조치라고 환영하였다. ING의 경우도 수수료 금지는 고객에게 부합되는 상품 제공으로 보험소비자의 정보불균형을 완화시킬 수 있는 조치이며 종국적으로 소비자의 신뢰를 회복할 수 있다고 보아 환영하였다.

수수료 금지에 포함되는 상품은 생명보험, 연금상품이고 손해보험 상품은 제외되었다. 손해보험 상품은 여전히 수수료로 판매자에게 지급되고, 생명보험, 연금상품은 고객이 판매자에게 자문료를 지급하는 형태로 바뀌었다.

영국에서 RDR 시행 후 긍정적인 측면과 부정적인 측면이 모두 나타났다. 컨설팅 회

사인 Europe Economics(2014)는 영국에서 자문료 도입으로 상품 바이어스(Product Bias)가 감소하였다고 평가하고 있다.²⁸⁾ 수수료 체계에서는 많은 수수료를 받을 수 있는 상품을 더 많이 판매하게 되어 소비자 편익을 반영하지 못하는 상품 바이어스가 있었는데, RDR의 시행으로 이러한 바이어스가 감소하였다고 보고 있다. 즉, RDR 시행으로 2013년 이전 높은 수수료 상품의 수요는 감소하고, 낮은 수수료 상품의 수요는 증가한 것으로 나타났다. 또한 왜곡된 인센티브가 정상화되어 결과적으로 2013년 이전과 같은 수수료 중심이 아니라 가격과 적합성 중심의 시장이 형성되었다고 보고 있다. 하지만 자문 비용의 상승으로 모든 금융소비자가 양질의 서비스를 받기가 어려운 문제점인 자문갭(Advice Gap)이 발생했는데, 이러한 문제를 해결하기 위해 FAMR(Financial Advice Market Review)이 2015년부터 논의되기 시작했다. FAMR의 주요 내용은 구입 용이성(Affordability), 접근 용이성(Accessibility), 책임과 소비자 구제(Liability and Consumer Redress)이다.²⁹⁾

2) EU 동향

자문료와 관련된 EU에서의 동향은 최근 시행된 IDD(Insurance Distribution Directive)와 EU 소비자 단체인 BEUC(Bureau Européen des Unions de Consommateurs)의 IDD에 대한 평가를 통해 파악할 수 있다. IDD는 투자형상품을 판매하는 판매자와 관련된 지침이다.³⁰⁾ 소비자보호 강화를 주 내용으로 하는 EU 보험유통지침인 IDD는 원래 2018년 2월 23일부터 실행되려고 하였으나, 보험산업의 반대와 기존 금융규제와의 상충으로 연기되었다가 2018년 10월 1일 시행되었다.

IDD는 기존의 2002년 IMD(Insurance Mediation Directive)를 대체한 것인데, 주요 내용을 보면 공시의무 강화, 전문성 강화, 소비자 요구와 니즈 파악의 구체화, 보험과

28) Europe Economics(2014)

29) House of Commons Library(2015. 3)

30) 손해보험의 경우 판매자와 관련된 지침은 IPID(Insurance Product Information Document), 보장성 생명보험보험의 경우는 LIPID(Life Insurance Product Information Document)가 적용됨

비보험상품이 통합적으로 판매될 경우의 의무사항 등이 있다.

이 중 공시의무 강화에서는 보험상품의 판매로 판매자가 수수료를 받는지, 자문료를 받는지, 아니면 둘 모두를 받는지를 소비자에게 알려야 하고, 또한 이외의 급부가 있다면 이 부분도 알려야 한다고 규정하고 있다. 전문성 강화는 일년에 15시간 이상 판매와 관련된 교육을 받아야 하며, 전문인배상책임보험의 한도 확대를 주 내용으로 한다. 기존의 IMD에서는 클레임당 £1,000,000, 통합 £1,500,000 이상의 배상책임보험에 가입이 의무화되었으나, IDD에서는 클레임당 £1,250,000, 통합하여 £1,850,000로 상향되었다.³¹⁾

하지만 EU 소비자 단체인 BEUC에 의하면 IDD의 규제 내용이 미약하다고 평가하고 있다. BEUC는 IDD가 2018년 1월 시행된 금융상품투자지침 II인 MiFID II(Markets in Financial Instruments Directive)³²⁾에 비해 약한 규제라고 보고 있다. 그 이유로 MiFID II에서는 수수료를 금지하면서 독립 자문(Independent Advice)을 제공하여야 하는 데 반해 IDD에서는 꼭 그렇게 하지 않아도 되는 구조이기 때문에 소비자보호 측면에서 보다 강력한 규제가 필요하다고 제시하고 있다.

또한 BEUC는 벨기에, 이탈리아, 독일 등에서 미스터리쇼핑(Mystery Shopping) 결과 소비자보호를 위한 보다 강력한 조치가 필요하다고 제안하면서 수수료에서 자문료로 이행한 영국과 네덜란드가 좋은 사례라고 보고 있다.³³⁾ 네덜란드는 변액보험 불완전판매를 계기로 2013년부터 투자형상품에 대해 수수료를 금지하였다. BEUC(2018)는 그동안 시행되어 왔던 수수료 금지에 대한 평가 결과, 수수료가 많았던 상품이 사라지고, 상품이 단순화되었으며, 자문의 질적 수준이 높아지게 되어 수수료 금지가 효과적이었다고 보고 있다.

BEUC도 RDR의 시행 결과 수수료 중심의 판매가 완화되었다고 보고 있으며, 상품

31) <http://www.bocblog.com/2019/01/17/the-insurance-distribution-directive-changes-to-the-regulation-of-insurance-intermediaries-in-the-eu/>

32) 자본시장의 경쟁 촉진에 따른 이익이 시장참가자와 최종투자자에게 균등하게 분배되지 못하고 있어 2010년부터 준비하여 시행된 EU 금융투자상품투자지침으로 트레이딩 추적과 투명성 강화가 주요 핵심내용임

33) BEUC(2018)

및 플랫폼 비용 감소 등 긍정적인 효과가 있었다고 평가하고 있다. 다만, 자문비 상승이라는 단점이 있었지만 이로 인해 온라인 채널의 성장이라는 긍정적 효과가 만들어졌다고 보고 있다. 이런 네덜란드와 영국의 결과를 바탕으로 BEUC는 EU 내 다른 국가에서도 투자형상품에 대해서는 수수료 금지를 도입해야 한다고 주장하고 있다.

4. 제언

수수료의 투명성과 적정성은 소비자 신뢰와 관련하여 중요하다. 수수료 투명성을 제고하기 위해 수수료 공시가 강화되어 왔지만, 영국의 사례뿐만 아니라 우리의 경우도 소비자 신뢰를 얻는 데는 한계가 있었다. 이에 영국은 수수료 투명성을 보험자 및 판매자 측면이 아니라 소비자가 실감할 수 있도록 자문료 도입이라는 제도 개혁을 단행하였다.

영국의 경우, 특히 생명보험분야에서 투자형상품의 비중이 높고, 금융서비스 제공에 대한 공정한 대가의 지불이라는 금융관행이 일반화되어 있기 때문에 이러한 개혁은 시장에서 긍정적으로 평가받고 있다. 하지만 한국의 경우 투자형상품의 비중이 상대적으로 낮고, 자본시장의 변동성도 크고, 자문료의 지급에 대해 소비자의 거부감이 적지 않은 것이 현실이다. 또한 자문료 도입에 따른 비용 상승도 문제이다. 따라서 자문료로 보수 체계의 전환은 이론 및 해외사례를 볼 때 소비자 신뢰 회복에 긍정적인 효과를 가져다주겠지만, 일부 소득 수준이 아주 높은 고객(High-end Customers)을 제외하고는 현실적으로 한계가 있다고 보여진다.

이러한 금융환경에서 소비자 신뢰 회복을 위해서는 수수료의 적정성이 확보되어야 할 것이다. 특정 채널의 과도한 시장지배력으로 수수료가 합리적으로 정해지지 못할 경우 호주의 사례에서와 같이 수수료에 대한 직접적인 규제로 소비자가 신뢰할 수 있는 수수료 적정성을 달성하는 것이 정책당국의 역할이라고 보여진다.

방카슈랑스 도입 후 2014년, 2015년 수수료 규제로 불완전판매 비율이 감소된 경험, 미국, 독일에서의 수수료 규제, 특히 최근 호주에서 이해상충보수의 금지는 감독당

국의 수수료에 대한 직접적인 규제 필요성을 확인시켜준다. 수수료 수준의 적정성은 검증하기가 곤란하지만 적어도 과거 고금리 시대와 비교하면 현재의 저금리하에서 수수료 수준은 비교적 높은 편이라고 볼 수 있다. 따라서 감독당국의 수수료 규제는 뉴욕 주의 사례처럼 상한을 정하고, 호주의 경우처럼 시책, 비금전적 급부의 금지를 통해 실질적으로 수수료를 규제할 수 있도록 하여야 할 것이다.

V. 결론 및 시사점

2000년 이후 보험산업에서 불완전판매 감소와 소비자 신뢰를 얻기 위해 다양한 제도가 도입되었다. 민원발생평가제도, 불완전판매 비율 공시 및 상품비교공시, 금융소비자보호 실태평가 등 선진국에 비해서도 소비자보호를 위한 조치가 단행되었다.

하지만 제도 도입의 효과가 어느 정도는 있었지만, 보험에 대한 소비자 신뢰는 여전히 낮아 그동안 제도에 대한 평가와 새로운 방법이 필요하다고 보여진다. 신뢰 제고의 실질적 효과를 위해서는 최근 영국, 호주 등의 선진국에서처럼 보험회사와 판매자 측면보다는 소비자가 실감할 수 있는 제도의 개선이 이루어져야 할 것이다.

소비자가 실감할 수 있는 제도의 개선을 위해 소비자가 구매하는 상품 및 지불하는 수수료에 대한 국내 현황 분석 및 해외사례를 조사한 결과 본 연구에서는 다음과 같은 시사점을 제시한다.

첫째, 배타적사용권은 유사한 상품의 가격경쟁을 지양하고, 서비스경쟁의 시장환경을 조성하여 불완전판매의 감소에 기여할 것으로 보여진다. 특히, 단순한 상품에 인슈어테크 적용을 통한 배타적사용권은 소비자의 이해 증진과 서비스 만족을 통해 불완전판매를 낮출 수 있을 것으로 예상된다.

둘째, 국내에서 판매되는 보험상품의 경우 많은 특약과 복잡성으로 불완전판매의 개연성이 높기 때문에 보험상품을 단순 명확화할 필요가 있다. 자살보험금 재해사망 특약의 경험에서와 같은 사고가 발생하지 않기 위해서라도 상품의 단순화는 중요할 것이다.

셋째, 수수료는 투명성과 적정성이 소비자 신뢰 제고를 위해 중요한데, 수수료의 투명성을 위해서는 공시 강화보다는 자문료 도입이 더 효과적이다. 하지만 한국의 금융환경은 자문료를 도입한 영국과 달리 투자형상품의 비중이 상대적으로 낮고, 자본시장

의 변동성도 크고, 자문료의 지급에 대해 소비자의 거부감이 적지 않으므로 자문료 도입 시 효과는 한계가 있을 것이다. 따라서 현재의 금융여건에서 자문료 도입은 시기상조라고 보여진다.

넷째, 이런 금융환경에서 소비자 신뢰 회복을 위해서는 수수료의 적정성이 확보되어야 하는데, 방카슈랑스 도입 후 2014년, 2015년 수수료에 대한 직접 규제로 불완전 판매 비율이 감소된 경험, 미국, 독일에서의 수수료 규제, 특히 최근 호주에서 이해상충보수의 금지 등을 볼 때 감독당국의 수수료에 대한 직접적인 규제가 필요하다. 감독당국의 수수료 규제는 뉴욕주 사례처럼 상한을 정하고, 호주의 경우처럼 시책, 비금전적 급부의 금지를 통해 실질적으로 수수료를 규제할 수 있도록 해야 할 것이다.

참고문헌

정세창(2017. 7. 12), “보험시장 현황과 문제점”, 보험시장 질서 확립을 위한 입법제안
토론회

_____(2015), 「금융보험교육의 현황, 문제점 및 개선 방안」, 『월간손해보험』, 손해보
험협회, 8월호

_____(2000), 「자유화 이후 독일 손해보험시장의 동향 및 시사점」, 『월간손해보험』,
손해보험협회, 5월호

AIST(2017), “FoFA Post-Implementation Review”, AIST and ISA Joint Submission

Allen Wells(2011), “Insurance Mis-selling payment protection insurance”, *Business
Law Review* 7, pp. 188~190

Andromachi Georgosouli(2014), “Payment protection insurance(PPI) misselling:
some lesson from the UK”, *Connecticut Insurance Law Journal* 21(1), pp.
261~288

ASIC(2017), “Response to submissions on CP 245 Retail life insurance advice
reforms”, *ASIC Report* 527

_____(2014), “Review of Retail Life Insurance Advice”, *ASIC Report* 413

_____(2012), “Future of ~Advice: Best Interest Duty and Related Obligations”, Regulation
Impact Statement

AXCO(2011), *UK Insurance Market Information: Non-Life (P&C)*

BEUC(2018), *The Price of Bad Advice*, The European Consumer Organization

BIS(2008), “Customer suitability in the retail sale of financial products and
services”

Corporations Amendment (Life Insurance Remuneration Arrangements) Act 2017

Eilis Ferran(2012), “Regulatory lessons from the payment protection insurance
mis-selling scandal in the UK”, *European Business Organization Law*

Review 13(2), pp. 247~270

Europe Economics(2014), "Retail Distribution Review Post Implementation Review"

Financial System Inquiry(1996), *Final Report*, Australian Government

FSA(2013), "Final Guidance – Risks to customers from financial incentives"

House of Commons Library(2015. 3), *Financial Advice Market Review & the Retail Distribution Review*

Inderst Roman, Ottaviani Marco(2009), "Misselling through Agents", *American Economic Review 99(3)*, pp. 883~908

Institut für Finanzdienstleistungen e.V.(2013), *Study on remuneration structures of financial services intermediaries and conflicts of interest*, p. 100

Klein Robert W.(2012), "Principles for Insurance Regulation: An Evaluation of Current Practices and Potential Reforms", *The Geneva Papers 37*, pp. 175~199

Lobo-Guerrero(2013), "Uberrima Fides, Foucault and the security of uncertainty", *Int's.J. for the Semiotics of L. 26(1)*

MAS(2015), Insurance (Remuneration) Regulation

Parliamentary Joint Committee on Corporations and Financial Services(2018. 3), "Life Insurance Industry"

(2009. 11),

"Inquiry into financial products and services in Australia"

Society of Actuaries(1998. 10), *Product Development News*, Issue No. 47

[Http://www.bocblog.com/2019/01/17/the-insurance-distribution-directive-changes-to-the-regulation-of-insurance-intermediaries-in-the-eu/](http://www.bocblog.com/2019/01/17/the-insurance-distribution-directive-changes-to-the-regulation-of-insurance-intermediaries-in-the-eu/)

보험연구원(KIRI) 발간물 안내

※ 2017년부터 기존의 연구보고서, 정책보고서, 경영보고서가 연구보고서로 통합되었습니다.

■ 연구보고서

- 2017-1 보험산업 미래 / 김석영·윤성훈·이선주 2017.2
- 2017-2 자동차보험 과실상계제도 개선방안 / 전용식·채원영 2017.2
- 2017-3 상호협정 관련 입법정책 연구 / 정호열 2017.2
- 2017-4 저소득층 노후소득 보장을 위한 공사연계연금 연구 / 정원석·강성호·마지혜 2017.3
- 2017-5 자영업자를 위한 사적소득보상체계 개선방안 / 류건식·강성호·김동겸 2017.3
- 2017-6 우리나라 사회안전망 개선을 위한 현안 과제 / 이태열·최장훈·김유미 2017.4
- 2017-7 일본의 보험회사 도산처리제도 및 사례 / 정봉은 2017.5
- 2017-8 보험회사 업무위탁 관련 제도 개선방안 / 이승준·정인영 2017.5
- 2017-9 부채시가평가제도와 생명보험회사의 자본관리 / 조영현·이혜은 2017.8
- 2017-10 효율적 의료비 지출을 통한 국민건강보험의 보장성 강화 방안 / 김대환 2017.8
- 2017-11 인슈어테크 혁명: 현황 점검 및 과제 고찰 / 박소정·박지윤 2017.8
- 2017-12 생산물 배상책임보험 역할 제고 방안 / 이기형·이규성 2017.9
- 2017-13 보험금청구권과 소멸시효 / 권영준 2017.9
- 2017-14 2017년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2017.10
- 2017-15 2018년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석실 2017.11
- 2017-16 퇴직연금 환경변화와 연금세제 개편 방향 / 강성호·류건식·김동겸 2017.12
- 2017-17 자동차보험 한방진료 현황과 개선방안 / 송윤아·이소양 2017.12
- 2017-18 베이비부머 세대의 노후소득 / 최장훈·이태열·김미화 2017.12
- 2017-19 연금세제 효과연구 / 정원석·이선주 2017.12
- 2017-20 주요국의 지진보험 운영 현황 및 시사점 / 최창희·한성원 2017.12
- 2017-21 사적연금의 장기연금수령 유도방안 / 김세중·김유미 2017.12
- 2017-22 누적전망이론을 이용한 생명보험과 연금의 유보가격 측정 연구 / 지홍민 2017.12
- 2018-1 보증연장 서비스 규제 방안 / 백영화·박정희 2018.1
- 2018-2 건강생활서비스 공·사 협력 방안 / 조용운·오승연·김동겸 2018.2
- 2018-3 퇴직연금 가입자교육 개선 방안 / 류건식·강성호·이상우 2018.2
- 2018-4 IFRS 9과 보험회사의 ALM 및 자산배분 / 조영현·이혜은 2018.2
- 2018-5 보험상품 변천과 개발 방향 / 김석영·김세영·이선주 2018.2

- 2018-6 제리적 관점에서 본 실손의료보험 개선 방안 / 조재린·정성희 2018.3
- 2018-7 국내 보험회사의 금융겸업 현황과 시사점 / 전용식·이혜은 2018.3
- 2018-8 장애인의 위험보장 강화 방안 / 오승연·김석영·이선주 2018.4
- 2018-9 주요국 공·사 건강보험 연계 체계 분석 / 정성희·이태열·김유미 2018.4
- 2018-10 정신질환 위험보장 강화 방안 / 이정택·임태준·김동겸 2018.4
- 2018-11 기초서류 준수 의무 위반 시 과징금 부과 기준 개선방안 / 황현아·백영화·권오경 2018.8
- 2018-12 2018년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2018.9
- 2018-13 상속법의 관점에서 본 생명보험 / 최준규 2018.9
- 2018-14 호주 퇴직연금제도 현황과 시사점 / 이경희 2018.9
- 2018-15 빅데이터 기반의 사이버위험 측정 방법 및 사이버사고 예측모형 연구 / 이진무 2018.9
- 2018-16 빅데이터 분석에 의한 요율산정 방법 비교: 실손의료보험 적용 사례 / 이항석 2018.9
- 2018-17 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 검토 / 백영화·손민숙 2018.10
- 2018-18 보험회사 해외채권투자와 환해지 / 황인창·임준환·채원영 2018.10
- 2018-19 베트남 생명보험산업의 현황 및 시사점 / 조용운·김동겸 2018.10
- 2018-20 여성 관련 연금정책 평가와 개선 방향 / 강성호·류건식·김동겸 2018.10
- 2018-21 디지털 경제 활성화를 위한 사이버보험 역할제고 방안 / 임준·이상우·이소양 2018.11
- 2018-22 인구 고령화와 일본 보험산업 변화 / 윤성훈·김석영·한성원·손민숙 2018.11
- 2018-23 퇴직연금금 디폴트 옵션 도입 방안 및 부채연계투자전략에 관한 연구 / 성주호 2018.11
- 2018-24 보험 산업의 블록체인 활용: 점검 및 대응 / 김현수·권혁준 2018.11
- 2018-25 생명보험산업의 금리위험 평가: 보험부채 중심으로 / 임준환·최장훈·한성원 2018.11
- 2018-26 보험회사의 장수위험에 관한 연구 / 김세중·김유미 2018.11
- 2018-27 보험산업 전망과 과제: 2019년 및 중장기 / 동향분석실 2018.11
- 2018-28 보험산업 중장기 전망 / 전용식·김유미·최예린 2018.12
- 2018-29 빅데이터 활용 현황과 개선 방안 / 최창희·홍민지 2018.12
- 2018-30 판매채널 변화가 보험산업에 미치는 영향 / 정원석·김석영·박정희 2018.12
- 2018-31 Solvency II 시행 전후 유럽보험시장과 시사점 / 김해식 2018.12
- 2018-32 보험회사 대출채권 운용의 특징과 시사점 / 조영현·황인창·이혜은 2018.12
- 2019-1 보험회사의 시스템리스크에 대한 고찰 / 김범 2019.1

- 2019-2 인도 보험시장 현황 및 진출 전략 / 이승준·정인영 2019.8
 2019-3 2019년 보험소비자 설문조사 / 금융소비자연구실 2019.10
 2019-4 암보험 관련 주요 분쟁사례 연구 / 백영화·박정희 2019.10

■ 연구보고서(구)

- 2008-1 보험회사의 리스크 중심 경영전략에 관한 연구 / 최영목·장동식·김동겸 2008.1
 2008-2 한국 보험시장과 공정거래법 / 정호열 2008.6
 2008-3 확정급여형 퇴직연금의 자산운용 / 류건식·이경희·김동겸 2008.3
 2009-1 보험설계사의 특성분석과 고능률화 방안 / 안철경·권오경 2009.1
 2009-2 자동차사고의 사회적 비용 최소화 방안 / 기승도 2009.2
 2009-3 우리나라 가계부채 문제의 진단과 평가 / 유경원·이혜은 2009.3
 2009-4 사적연금의 노후소득보장 기능제고 방안 / 류건식·이창우·김동겸 2009.3
 2009-5 일반화선형모형(GLM)을 이용한 자동차보험 요율상대도 산출 방법 연구 / 기승도·김대환 2009.8
 2009-6 주행거리에 연동한 자동차보험제도 연구 / 기승도·김대환·김혜란 2010.1
 2010-1 우리나라 가계 금융자산 축적 부진의 원인과 시사점 / 유경원·이혜은 2010.4
 2010-2 생명보험상품별 해지율 추정 및 예측 모형 / 황진태·이경희 2010.5
 2010-3 보험회사 자산관리서비스 사업모형 검토 / 진 익·김동겸 2010.7

■ 정책보고서(구)

- 2008-2 환경오염리스크관리를 위한 보험제도 활용방안 / 이기형 2008.3
 2008-3 금융상품의 정의 및 분류에 관한 연구 / 유지호·최 원 2008.3
 2008-4 2009년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·이태열·신종협·황진태·유진아·김세환·이정환·박정희·김세중·최이섭 2008.11
 2009-1 현 금융위기 진단과 위기극복을 위한 정책제언 / 진 익·이민환·유경원·최영목·최형선·최 원·이경아·이혜은 2009.2
 2009-2 퇴직연금의 급여 지급 방식 다양화 방안 / 이경희 2009.3
 2009-3 보험분쟁의 재판외적 해결 활성화 방안 / 오영수·김경환·이종욱 2009.3
 2009-4 2010년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·황진태·변혜원·이경희·이정환·박정희·김세중·최이섭 2009.12
 2009-5 금융상품 판매전문회사의 도입이 보험회사에 미치는 영향 / 안철경·변혜원·권오경 2010.1

- 2010-1 보험사기 영향요인과 방지방안 / 송윤아 2010.3
- 2010-2 2011년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·김대환·이경희·이정환·최 원·김세중·최이섭 2010.12
- 2011-1 금융소비자보호 체계 개선방안 / 오영수·안철경·변혜원·최영목·최형선·김경환·이상우·박정희·김미화 2010.4
- 2011-2 일반공제사업 규제의 합리화 방안 / 오영수·김경환·박정희 2011.7
- 2011-3 퇴직연금 적립금의 연금전환 유도방안 / 이경희 2011.5
- 2011-4 저출산·고령화와 금융의 역할 / 윤성훈·류건식·오영수·조용운·진 익·유진아·변혜원 2011.7
- 2011-5 소비자보호를 위한 보험유통채널 개선방안 / 안철경·이경희 2011.11
- 2011-6 2012년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·황진태·이정환·최 원·김세중·오병국 2011.12
- 2012-1 인적사고 보험금의 지급방식 다양화 방안 / 조재린·이기형·정인영 2012.8
- 2012-2 보험산업 진입 및 퇴출에 관한 연구 / 이기형·변혜원·정인영 2012.10
- 2012-3 금융위기 이후 보험규제 변화 및 시사점 / 임준환·유진아·이경아 2012.11
- 2012-4 소비자 중심의 변액연금보험 개선방안 연구: 공시 및 상품설계 개선을 중심으로 / 이기형·임준환·김해식·이경희·조영현·정인영 2012.12
- 2013-1 생명보험의 자살면책기간이 자살에 미치는 영향 / 이창우·윤상호 2013.1
- 2013-2 퇴직연금 지배구조체계 개선방안 / 류건식·김대환·이상우 2013.1
- 2013-3 2013년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·전용식·이정환·최 원·김세중·채원영 2013.2
- 2013-4 사회안전망 체계 개편과 보험산업 역할 / 진 익·오병국·이성은 2013.3
- 2013-5 보험지주회사 감독체계 개선방안 연구 / 이승준·김해식·조재린 2013.5
- 2013-6 2014년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·전용식·최 원·김세중·채원영 2013.12
- 2014-1 보험시장 경쟁정책 투명성 제고방안 / 이승준·강민규·이해랑 2014.3
- 2014-2 국내 보험회사 지급여력규제 평가 및 개선방안 / 조재린·김해식·김석영 2014.3
- 2014-3 공·사 사회안전망의 효율적인 역할 제고 방안 / 이태열·강성호·김유미 2014.4
- 2014-4 2015년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·김석영·김진익·최 원·채원영·이아름·이해랑 2014.11
- 2014-5 의료보장체계 합리화를 위한 공·사건강보험 협력방안 / 조용운·김경환·김미화 2014.12
- 2015-1 보험회사 재무건전성 규제 -IFRS와 RBC 연계방안 / 김해식·조재린·이경아 2015.2
- 2015-2 2016년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·김석영·김진익·최 원·채원영·

이아름·이해랑 2015.11

- 2016-1 정년연장의 노후소득 개선 효과와 개인연금의 정책방향 / 강성호·정봉은·김유미 2016.2
- 2016-2 국민건강보험 보장률 인상 정책 평가: DSGE 접근법 / 임태준·이정택·김혜란 2016.11
- 2016-3 2017년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석실 2016.12

■ 경영보고서(구)

- 2009-1 기업후지보험 활성화 방안 연구 / 이기형·한상용 2009.3
- 2009-2 자산관리서비스 활성화 방안 / 진 익 2009.3
- 2009-3 탄소시장 및 녹색보험 활성화 방안 / 진 익·유시용·이경아 2009.3
- 2009-4 생명보험회사의 지속가능성장에 관한 연구 / 최영목·최 원 2009.6
- 2010-1 독립판매채널의 성장과 생명보험회사의 대응 / 안철경·권오경 2010.2
- 2010-2 보험회사의 윤리경영 운영실태 및 개선방안 / 오영수·김경환 2010.2
- 2010-3 보험회사의 퇴직연금사업 운영전략 / 류건식·이창우·이상우 2010.3
- 2010-4(1) 보험환경변화에 따른 보험산업 성장방안 / 산업연구실·정책연구실·동향분석실 2010.6
- 2010-4(2) 종합금융서비스를 활용한 보험산업 성장방안 / 금융제도실·재무연구실 2010.6
- 2010-5 변액보험 보증리스크관리연구 / 권용재·장동식·서성민 2010.4
- 2010-6 RBC 내부모형 도입 방안 / 김해식·최영목·김소연·장동식·서성민 2010.10
- 2010-7 금융보증보험 가격결정모형 / 최영수 2010.7
- 2011-1 보험회사의 비대면채널 활용방안 / 안철경·변혜원·서성민 2011.1
- 2011-2 보증보험의 특성과 리스크 평가 / 최영목·김소연·김동겸 2011.2
- 2011-3 충성도를 고려한 자동차보험 마케팅전략 연구 / 기승도·황진태 2011.3
- 2011-4 보험회사의 상조서비스 기여방안 / 황진태·기승도·권오경 2011.5
- 2011-5 사기성클레임에 대한 최적조사방안 / 송윤아·정인영 2011.6
- 2011-6 민영의료보험의 보험리스크관리방안 / 조용운·황진태·김미화 2011.8
- 2011-7 보험회사의 개인형 퇴직연금 운영방안 / 류건식·김대환·이상우 2011.9
- 2011-8 퇴직연금시장의 환경변화에 따른 확정기여형 퇴직연금 운영방안 / 김대환·류건식·이상우 2011.10
- 2012-1 국내 생명보험회사의 기업공개 평가와 시사점 / 조영현·전용식·이혜은 2012.7
- 2012-2 보험산업 비전 2020 : @ sure 4.0 / 진 익·김동겸·김혜란 2012.7
- 2012-3 현금흐름방식 보험료 산출의 시행과 과제 / 김해식·김석영·김세영·이혜은 2012.9

- 2012-4 보험회사의 장수리스크 발생원인과 관리방안 / 김대환·류건식·김동겸 2012.9
- 2012-5 은퇴가구의 경제형태 분석 / 유경원 2012.9
- 2012-6 보험회사의 날씨리스크 인수 활성화 방안: 지수형 날씨보험을 중심으로 / 조재린·황진태·권용재·채원영 2012.10
- 2013-1 자동차보험시장의 가격경쟁이 손해율에 미치는 영향과 시사점 / 전용식·채원영 2013.3
- 2013-2 중국 자동차보험 시장점유율 확대방안 연구 / 기승도·조용운·이소양 2013.5
- 2016-1 뉴 노멀 시대의 보험회사 경영전략 / 임준환·정봉은·황인창·이혜은·김혜란·정승연 2016.4
- 2016-2 금융보증보험 잠재 시장 연구: 지방자치단체 자금조달 시장을 중심으로 / 최창희·황인창·이경아 2016.5
- 2016-3 퇴직연금시장 환경변화와 보험회사 대응방안 / 류건식·강성호·김동겸 2016.5

■ 조사보고서

- 2008-1 보험회사 글로벌화를 위한 해외보험시장 조사 / 양성문·김진익·지재원·박정희·김세중 2008.2
- 2008-2 노인장기요양보험 제도 도입에 대응한 장기간병보험 운영 방안 / 오영수 2008.3
- 2008-3 2008년 보험소비자 설문조사 / 안철경·기승도·이상우 2008.4
- 2008-4 주요국의 보험상품 판매권유 규제 / 이상우 2008.3
- 2009-1 2009년 보험소비자 설문조사 / 안철경·이상우·권오경 2009.3
- 2009-2 Solvency II의 리스크 평가모형 및 측정 방법 연구 / 장동식 2009.3
- 2009-3 이슬람 보험시장 진출방안 / 이진면·이정환·최이섭·정중영·최태영 2009.3
- 2009-4 미국 생명보험 정산거래의 현황과 시사점 / 김해식 2009.3
- 2009-5 헤지펀드 운용전략 활용방안 / 진 익·김상수·김종훈·변귀영·유시용 2009.3
- 2009-6 복합금융 그룹의 리스크와 감독 / 이민환·전선애·최 원 2009.4
- 2009-7 보험산업 글로벌화를 위한 정책적 지원방안 / 서대교·오영수·김영진 2009.4
- 2009-8 구조화금융 관점에서 본 금융위기 분석 및 시사점 / 임준환·이민환·윤건용·최 원 2009.7
- 2009-9 보험리스크 측정 및 평가 방법에 관한 연구 / 조용운·김세환·김세중 2009.7
- 2009-10 생명보험계약의 효력상실·해약분석 / 류건식·장동식 2009.8
- 2010-1 과거 금융위기 사례분석을 통한 최근 글로벌 금융위기 전망 / 신종협·최형선·최 원 2010.3

- 2010-2 금융산업의 영업행위 규제 개선방안 / 서대교·김미화 2010.3
- 2010-3 주요국의 민영건강보험의 운영체제와 시사점 / 이창우·이상우 2010.4
- 2010-4 2010년 보험소비자 설문조사 / 변혜원·박정희 2010.4
- 2010-5 산재보험의 운영체제에 대한 연구 / 송운아 2010.5
- 2010-6 보험산업 내 공정거래규제 조화방안 / 이승준·이종욱 2010.5
- 2010-7 보험종류별 진료수가 차등적용 개선방안 / 조용운·서대교·김미화 2010.4
- 2010-8 보험회사의 금리위험 대응전략 / 진 익·김해식·유진아·김동겸 2011.1
- 2010-9 퇴직연금 규제체계 및 정책방향 / 류건식·이창우·이상우 2010.7
- 2011-1 생명보험설계사 활동실태 및 만족도 분석 / 안철경·황진태·서성민 2011.6
- 2011-2 2011년 보험소비자 설문조사 / 김대환·최 원 2011.5
- 2011-3 보험회사 녹색금융 참여방안 / 진 익·김해식·김혜란 2011.7
- 2011-4 의료시장 변화에 따른 민영실손의료보험의 대응 / 이창우·이기형 2011.8
- 2011-5 아세안 주요국의 보험시장 규제제도 연구 / 조용운·변혜원·이승준·김경환·오병국 2011.11
- 2012-1 2012년 보험소비자 설문조사 / 황진태·전용식·윤상호·기승도·이상우·최 원 2012.6
- 2012-2 일본의 퇴직연금제도 운영체제 특징과 시사점 / 이상우·오병국 2012.12
- 2012-3 솔벤시 II의 보고 및 공시 체계와 시사점 / 장동식·김경환 2012.12
- 2013-1 2013년 보험소비자 설문조사 / 전용식·황진태·변혜원·정원석·박선영·이상우·최 원 2013.8
- 2013-2 건강보험 진료비 전망 및 활용방안 / 조용운·황진태·조재린 2013.9
- 2013-3 소비자 신뢰 제고와 보험상품 정보공시 개선방안 / 김해식·변혜원·황진태 2013.12
- 2013-4 보험회사의 사회적 책임 이행에 관한 연구 / 변혜원·조영현 2013.12
- 2014-1 주택연금 연계 간병보험제도 도입 방안 / 박선영·권오경 2014.3
- 2014-2 소득수준을 고려한 개인연금 세제 효율화방안: 보험료 납입단계의 세제방식 중심으로 / 정원석·강성호·이상우 2014.4
- 2014-3 보험규제에 관한 주요국의 법제연구: 모집채널, 행위 규제 등을 중심으로 / 한기정·최준규 2014.4
- 2014-4 보험산업 환경변화와 판매채널 전략 연구 / 황진태·박선영·권오경 2014.4
- 2014-5 거시경제 환경변화의 보험산업 파급효과 분석 / 전성주·전용식 2014.5
- 2014-6 국내경제의 일본식 장기부진 가능성 검토 / 전용식·윤성훈·채원영 2014.5
- 2014-7 건강생활관리서비스 사업모형 연구 / 조용운·오승연·김미화 2014.7
- 2014-8 보험개인정보 보호법제 개선방안 / 김경환·강민규·이해랑 2014.8
- 2014-9 2014년 보험소비자 설문조사 / 전용식·변혜원·정원석·박선영·

- 오승연·이상우·최 원 2014.8
- 2014-10 보험회사 수익구조 진단 및 개선방안 / 김석영·김세중·김혜란 2014.11
- 2014-11 국내 보험회사의 해외사업 평가와 제언 / 전용식·조영현·채원영 2014.12
- 2015-1 보험민원 해결 프로세스 선진화 방안 / 박선영·권오경 2015.1
- 2015-2 재무건전성 규제 강화와 생명보험회사의 자본관리 / 조영현·조재린·김혜란 2015.2
- 2015-3 국내 배상책임보험 시장 성장 저해 요인 분석 - 대인사고 손해배상액 산정 기준을 중심으로 - / 최창희·정인영 2015.3
- 2015-4 보험산업 신뢰도 제고 방안 / 이태열·황진태·이선주 2015.3
- 2015-5 2015년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2015.8
- 2015-6 인구 및 가구구조 변화가 보험 수요에 미치는 영향 / 오승연·김유미 2015.8
- 2016-1 경영환경 변화와 주요 해외 보험회사의 대응 전략 / 전용식·조영현 2016.2
- 2016-2 시스템리스크를 고려한 복합금융그룹 감독방안 / 이승준·민세진 2016.3
- 2016-3 저성장 시대 보험회사의 비용관리 / 김해식·김세중·김현경 2016.4
- 2016-4 자동차보험 해외사업 경영성과 분석과 시사점 / 전용식·송윤아·채원영 2016.4
- 2016-5 금융·보험세제연구: 집합투자기구, 보험 그리고 연금세제를 중심으로 / 정원석·임 준·김유미 2016.5
- 2016-6 가용자본 산출 방식에 따른 국내 보험회사 지급여력 비교 / 조재린·황인창·이경아 2016.5
- 2016-7 해외 사례를 통해 본 중·소형 보험회사의 생존전략 / 이태열·김해식·김현경 2016.5
- 2016-8 생명보험회사의 연금상품 다양화 방안: 종신소득 보장기능을 중심으로 / 김세중·김혜란 2016.6
- 2016-9 2016년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2016.8
- 2016-10 자율주행자동차 보험제도 연구 / 이기형·김혜란 2016.9
- 2019-1 자동차보험 잔여시장제도 개선 방향 연구 / 기승도·홍민지 2019.5

■ 이슈보고서

- 2019-1 실손의료보험 현황과 개선 방안 / 정성희·문혜정 2019.10

■ 조사자료집

- 2014-1 보험시장 자유화에 따른 보험산업 환경변화 / 최 원·김세중 2014.6

- 2014-2 주요국 내부자본적정성 평가 및 관리 제도 연구 - Own Risk and Solvency Assessment - / 장동식·이정환 2014.8
- 2015-1 고령층 대상 보험시장 현황과 해외사례 / 강성호·정원석·김동겸 2015.1
- 2015-2 경증치매자 보호를 위한 보험회사의 치매신탁 도입방안 / 정봉은·이선주 2015.2
- 2015-3 소비자 금융이해력 강화 방안: 보험 및 연금 / 변혜원·이해랑 2015.4
- 2015-4 글로벌 금융위기 이후 세계경제의 구조적 변화 / 박대근·박춘원·이향용 2015.5
- 2015-5 노후소득보장을 위한 주택연금 활성화 방안 / 전성주·박선영·김유미 2015.5
- 2015-6 고령화에 대응한 생애자산관리 서비스 활성화 방안 / 정원석·김미화 2015.5
- 2015-7 일반 손해보험 요율제도 개선방안 연구 / 김석영·김혜란 2015.12
- 2018-1 변액연금 최저보증 및 사업비 부과 현황 조사 / 김세환 2018.2
- 2018-2 리콜 리스크관리와 보험의 역할 / 김세환 2018.12
- 2018-3 주요국 혼합형 퇴직연금제도 현황과 시사점 / 이상우 2018.12

■ 연차보고서

- 제 1 호 2008년 연차보고서 / 보험연구원 2009.4
- 제 2 호 2009년 연차보고서 / 보험연구원 2010.3
- 제 3 호 2010년 연차보고서 / 보험연구원 2011.3
- 제 4 호 2011년 연차보고서 / 보험연구원 2012.3
- 제 5 호 2012년 연차보고서 / 보험연구원 2013.3
- 제 6 호 2013년 연차보고서 / 보험연구원 2013.12
- 제 7 호 2014년 연차보고서 / 보험연구원 2014.12
- 제 8 호 2015년 연차보고서 / 보험연구원 2015.12
- 제 9 호 2016년 연차보고서 / 보험연구원 2017.1
- 제 10 호 2017년 연차보고서 / 보험연구원 2018.1
- 제 11 호 2018년 연차보고서 / 보험연구원 2019.1

■ 영문발간물

- 제 7 호 Korean Insurance Industry 2008 / KIRI, 2008.9
- 제 8 호 Korean Insurance Industry 2009 / KIRI, 2009.9
- 제 9 호 Korean Insurance Industry 2010 / KIRI, 2010.8
- 제10호 Korean Insurance Industry 2011 / KIRI, 2011.10

제11호	Korean Insurance Industry 2012 / KIRI, 2012.11
제12호	Korean Insurance Industry 2013 / KIRI, 2013.12
제13호	Korean Insurance Industry 2014 / KIRI, 2014.8
제14호	Korean Insurance Industry 2015 / KIRI, 2015.8
제15호	Korean Insurance Industry 2016 / KIRI, 2016.8
제16호	Korean Insurance Industry 2017 / KIRI, 2017.8
제17호	Korean Insurance Industry 2018 / KIRI, 2018.8
제18호	Korean Insurance Industry 2019 / KIRI, 2019.8
제 7 호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2013 / KIRI, 2014.2
제 8 호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2013 / KIRI, 2014.5
제 9 호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2014 / KIRI, 2014.8
제10호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2014 / KIRI, 2014.10
제11호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2014 / KIRI, 2015.2
제12호	Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2014 / KIRI, 2015.4
제13호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2015 / KIRI, 2015.8
제14호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2015 / KIRI, 2015.11
제15호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2015 / KIRI, 2016.2
제16호	Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2015/ KIRI, 2016.6
제17호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2016/ KIRI, 2016.9
제18호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2016/ KIRI, 2016.12
제19호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2016/ KIRI, 2017.2
제20호	Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2016/ KIRI, 2017.5
제21호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2017/ KIRI, 2017.9
제22호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2017/ KIRI, 2017.11
제23호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2017/ KIRI, 2018.2
제24호	Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2017/ KIRI, 2018.5
제25호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2018/ KIRI, 2018.8
제26호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2018/ KIRI, 2018.12
제27호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2018/ KIRI, 2019.2
제28호	Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2018/ KIRI, 2019.4
제29호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2019/ KIRI, 2019.10

■ CEO Report

2008-1 자동차보험 물적담보 손해율 관리 방안 / 기승도 2008.6

- 2008-2 보험산업 소액지급결제시스템 참여 관련 주요 이슈 / 이태열 2008.6
- 2008-3 FY2008 수입보험료 전망 / 동향분석실 2008.8
- 2008-4 퇴직급여보장법 개정안의 영향과 보험회사 대응과제 / 류건식·서성민 2008.12
- 2009-1 FY2009 보험산업 수정전망과 대응과제 / 동향분석실 2009.2
- 2009-2 퇴직연금 예금보험요율 적용의 타당성 검토 / 류건식·김동겸 2009.3
- 2009-3 퇴직연금 사업자 관련규제의 적정성 검토 / 류건식·이상우 2009.6
- 2009-4 퇴직연금 가입 및 인식실태 조사 / 류건식·이상우 2009.10
- 2010-1 복수사용자 퇴직연금제도의 도입 및 보험회사의 대응과제 / 김대환·이상우·김혜란 2010.4
- 2010-2 FY2010 수입보험료 전망 / 동향분석실 2010.6
- 2010-3 보험소비자보호의 경영전략적 접근 / 오영수 2010.7
- 2010-4 장기손해보험 보험사기 방지를 위한 보험금 지급심사제도 개선 / 김대환·이기형 2010.9
- 2010-5 퇴직금 중간정산의 문제점과 개선과제 / 류건식·이상우 2010.9
- 2010-6 우리나라 신용카드시장의 특징 및 개선논의 / 최형선 2010.11
- 2011-1 G20 정상회의의 금융규제 논의 내용 및 보험산업에 대한 시사점 / 김동겸 2011.2
- 2011-2 영국의 공동계정 운영체제 / 최형선·김동겸 2011.3
- 2011-3 FY2011 수입보험료 전망 / 동향분석실 2011.7
- 2011-4 근퇴법 개정에 따른 퇴직연금 운영방안과 과제 / 김대환·류건식 2011.8
- 2012-1 FY2012 수입보험료 전망 / 동향분석실 2012.8
- 2012-2 건강생활서비스법 제정(안)에 대한 검토 / 조용운·이상우 2012.11
- 2012-3 보험연구원 명사초청 보험발전 간담회 토론 내용 / 윤성훈·전용식·전성주·채원영 2012.12
- 2012-4 새정부의 보험산업 정책(I): 정책공약집을 중심으로 / 이기형·정인영 2012.12
- 2013-1 새정부의 보험산업 정책(II): 국민건강보험 본인부담경감제 정책에 대한 평가 / 김대환·이상우 2013.1
- 2013-2 새정부의 보험산업 정책(III): 제18대 대통령직인수위원회 제안 국정과제를 중심으로 / 이승준 2013.3
- 2013-3 FY2013 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2013.7
- 2013-4 유럽 복합금융그룹의 보험회사업 매각 원인과 시사점 / 전용식·윤성훈 2013.7
- 2014-1 2014년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2014.6
- 2014-2 인구구조 변화가 보험계약규모에 미치는 영향 분석 / 김석영·김세중 2014.6

- 2014-3 『보험 혁신 및 건전화 방안』의 주요 내용과 시사점 / 이태열·조재린·황진태·송운아 2014.7
- 2014-4 아베노믹스 평가와 시사점 / 임준환·황인창·이혜은 2014.10
- 2015-1 연말정산 논란을 통해 본 소득세제 개선 방향 / 강성호·류건식·정원석 2015.2
- 2015-2 2015년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2015.6
- 2015-3 보험산업 경쟁력 제고 방안 및 이의 영향 / 김석영 2015.10
- 2016-1 금융규제 운영규정 제정 의미와 시사점 / 김석영 2016.1
- 2016-3 2016년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2016.7
- 2016-4 EU Solvency II 경과조치의 의미와 시사점 / 황인창·조재린 2016.7
- 2016-5 비급여 진료비 관련 최근 논의 동향과 시사점 / 정성희·이태열 2016.9
- 2017-1 보험부채 시가평가와 보험산업의 과제 / 김해식 2017.2
- 2017-2 2017년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2017.7
- 2017-3 1인 1 퇴직연금시대의 보험회사 IRP 전략 / 류건식·이태열 2017.7
- 2018-1 2018년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2018.7
- 2018-2 북한 보험산업의 이해와 대응 / 안철경·정인영 2018.7
- 2019-1 기후변화 위험과 보험회사의 대응 방안 / 이승준 2019.4
- 2019-2 2019년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2019.7
- 2019-3 보험생태계 강화를 위한 과제 / 김동겸·정인영 2019.8

■ Insurance Business Report

- 26호 퇴직연금 중심의 근로자 노후소득보장 과제 / 류건식·김동겸 2008.2
- 27호 보험부채의 리스크마진 측정 및 적용 사례 / 이경희 2008.6
- 28호 일본 금융상품 판매법의 주요내용과 보험산업에 대한 영향 / 이기형 2008.6
- 29호 보험회사의 노인장기요양 사업 진출 방안 / 오영수 2008.6
- 30호 교차모집제도의 활용의향 분석 / 안철경·권오경 2008.7
- 31호 퇴직연금 국제회계기준의 도입영향과 대응과제 / 류건식·김동겸 2008.7
- 32호 보험회사의 헤지펀드 활용방안 / 진 익 2008.7
- 33호 연금보험의 확대와 보험회사의 대응과제 / 이경희·서성민 2008.9

■ 간행물

- 보험동향 / 연 4회
- 보험금융연구 / 연 4회

※ 2008년 이전 발간물은 보험연구원 홈페이지(<http://www.kiri.or.kr>)에서 확인하시기 바랍니다.

『 도서 회원 가입 안내 』

회원 및 제공자료

	법인회원	특별회원	개인회원
연회비	₩ 300,000원	₩ 150,000원	₩ 150,000원
제공자료	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY
	- 영문연차보고서	-	-

※ 특별회원 가입대상 : 도서관 및 독서진흥법에 의하여 설립된 공공도서관 및 대학도서관

가입문의

보험연구원 도서회원 담당

전화 : (02) 3775 - 9113 팩스 : (02) 3775 - 9102

회비납입방법

- 무통장입금 : 국민은행 (400401 - 01 - 125198)

예금주 : 보험연구원

가입절차

보험연구원 홈페이지(www.kiri.or.kr)에 접속 후 도서회원가입신청서를 작성·등록 후 회비입금을 하시면 확인 후 1년간 회원자격이 주어집니다.

자료구입처

서울 : 보험연구원 자료실 (02-3775-9113 / lsy@kiri.or.kr)

저 자 약 력

정 세 창

London CASS Business School 경영학 박사
홍익대학교 상경대학 교수
(E-mail : scjung@hongik.ac.kr)

연구보고서 2019-5

계약자 신뢰 제고를 위한 보험마케팅 - 상품과 수수료 중심으로 -

발행일 2019년 10월

발행인 안 철 경

발행처 **보 험 연 구 원**

서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 38

화재보험협회빌딩

대표전화 : (02) 3775-9000

조판및
인 쇄 고려씨엔퍼

ISBN 979-11-89741-15-0

979-11-85691-50-3 (세트)

정가 10,000원