

보험산업 진단과 과제 (V) - 상품 및 채널

보험연구원은 한국 보험산업을 분야별로 되돌아보고 향후 경영 및 정책과제를 제시하기 위한 목적으로 “보험산업 진단과 과제” CEO Brief 시리즈를 마련하였습니다.

요 약

건전한 보험영업생태계 조성을 위해 취약한 내부통제 시스템, 공급자 중심의 판매방식을 개선할 필요가 있음. 보험회사는 강화된 내부통제시스템을 기초로 고객경험을 늘릴 수 있는 방향으로 상품 및 서비스 체계를 구축하고, 소비자 행태를 반영한 모집체계를 마련할 필요가 있음. 정책당국은 비대면 환경으로의 전환, 제판분리 현상을 고려하여 규제체계를 정비할 필요가 있음

1. 보험산업 진단

- 저성장 환경에서 보험회사는 고위험·저수익 보험상품을 반복적으로 출시하고 있음
 - (외형중심 성장정책) 성숙시장에서 많은 보험회사가 시장점유율, 자산 등 양적성장을 목표로 경쟁적으로 고위험·저수익 상품을 출시하면서 영업위험에 노출되고 있음
 - (내부통제제도) 보험기간 중 발생 가능한 위험을 충분히 반영하지 못하는 상품이 반복적으로 출시되는 것은 내부통제제도가 원활히 작동되고 있지 않기 때문인 것으로 보임
- 위험보장 중심의 상품경쟁은 소비자들이 보험을 통해 얻을 수 있는 새로운 경험을 제한함
 - (유사상품 경쟁) 소비자는 보험상품 구매를 통해 위험보장이라는 기본적 기능 외에 추가적인 서비스 체험 등도 기대하고 있으나, 소비자들이 인지할 만한 회사 간 서비스 차별화가 이루어지지 못함
 - (보험상품 만족도 경험단계) 대다수 소비자들은 보험금 지급 과정에 도달해서야 본인이 가입한 보험상품에 대한 효용을 체감하고 있음
 - 사후적 고객관리는 고객참여와 고객경험을 저하시키고 고객이탈, 보험산업 불신 등으로 이어짐
- 외형 위주 성장전략은 과도한 모집수수료 경쟁으로 이어지고 있으며, 최근에는 시장지배력을 갖춘 플랫폼 기업이 등장하면서 보험영업환경의 지형 변화가 예상됨
 - (모집수수료 경쟁) 보험회사는 상품 및 서비스 차별화보다는 판매수수료 경쟁을 택하는 경우가 빈번함
 - (비대면 환경으로의 전환) 코로나19로 비대면 보험영업으로의 전환이 가속화되고 있음

- 기존 유통망보다 우월한 정보 접근성을 지닌 온라인 플랫폼의 등장은 공정경쟁을 저해하거나 소비자의 편익을 오히려 감소시킬 수 있다는 우려가 제기되고 있음

2. 보험산업 과제

- 보험회사는 질적성장을 위해 영업위험에 대비한 내부통제시스템을 재정비할 필요가 있음
 - (영업위험 축소) 상품개발·판매 과정에서 소비자와의 분쟁위험을 낮추고 재무건전성을 훼손하지 않는 방향으로 내부통제기준을 설정하고, 견제와 균형이 가능한 의사결정구조 마련이 필요함
 - 연이은 금융사고로 내부통제 강화에 대한 요구가 커지고 있어 보험회사의 선제적 대응이 요구됨
 - (내부통제와 보상연계) 조직구성원에 대한 성과보상 과정에서도 내부통제기준에서 설정한 정책목표에 부합한 평가가 이루어질 필요가 있음
- 보험회사는 시장환경과 소비자에 대한 이해를 바탕으로 상품 및 채널전략을 수립할 필요가 있음
 - (차별화된 서비스전략) 보험회사는 소비자에게 지금까지와는 차별적인 고객경험을 제공할 필요가 있음
 - 경기침체 장기화, 개인과 기업의 위험보장수요 변화, 소비자 인적특성 변화 등에 주목하고, 소비자 참여 및 경험이 가능한 상품 및 서비스 개발이 요구됨
 - (소비자 행태를 반영한 보험모집) 소비자가 보험상품에 대한 평가, 구매, 경험 등 각 과정에서 어떠한 의사결정을 내리는지를 파악하고 이를 상품모집전략에 반영할 필요가 있음
 - 코로나19 이후의 소비자 행태 변화를 분석한 후 이에 대응한 판매채널 정비가 필요하며, 그 과정에서 채널 간 최적 상품조합을 통해 생산성 극대화 방안을 모색해야 함
- 정책당국은 비대면 환경으로의 전환, 제판분리 현상 등을 감안하여, 소비자 편익과 공정경쟁 환경 조성을 위해 규제체계를 정비할 필요가 있음
 - (온라인채널 규제정비) 비대면 환경으로의 이행이 불가피한 상황이므로, 소비자 보호를 저해하지 않는 수준에서 대면중심 환경에서 제정된 비대면채널 규제를 재검토할 필요가 있음
 - (아웃소싱채널 규제정비) 보험산업 내 외부 판매채널의 영향력 증대가 소비자 효용에 미치는 영향 평가를 기초로, 채널 간 공정경쟁을 유도할 수 있는 규제방안을 마련할 필요가 있음
 - 판매자 책임, 수수료 경쟁에 따른 시장왜곡 현상 방지, 소비자의 상품선택권 확보 방안 등에 대한 종합적 검토가 요구됨

생명·연금연구실