

『보험다모아』 1주년 간담회

모 두 발 언

2016. 11. 30 (수) 10:00
생명보험 교육문화센터
(센터포인트빌딩 3F)

금융위원회 부위원장
정 은 보

- 우선, 바쁜 일정에도 불구하고 ‘보험다모아’ 1주년을 맞이하여 간담회에 참석해주신 여러분들께 감사드립니다
- 그간 보험권은 장기상품이 많고 상품구성이 다양한 특징으로 인해 대면 채널의 역할이 더 컸고, 온라인·핀테크 열풍은 다른 업권에 비해 다소 뒤늦은 측면이 있었음
- 그러나 대면 채널에서 온라인 채널로의 전환은 금융·실물 할 것 없는 시대의 흐름임
 - 최근 15년간(’01년~’15년) 국내 온라인 쇼핑 시장은 연평균 22%*라는 놀라운 성장세를 보이고 있고,
 - * 온라인 쇼핑 거래액: ’01년 3조3,471억원 → ’15년 53조8,883억원 (통계청)
 - 은행권은 이미 일부 서비스에서 인터넷 뱅킹의 비중이 80%*를 넘어섰으며, 인터넷 전문은행 출범까지 앞두고 있음
 - * ’16.3분기 은행 조회서비스 인터넷뱅킹 비중 80.4%(한국은행)
- 이러한 금융환경을 반영하여, 정확히 1년전(’15.11.30), 보험료와 보장내용을 한 눈에 비교·가입할 수 있는 온라인 보험슈퍼마켓 ‘보험다모아’가 많은 기대를 받으며 출범하였음
 - 그간 ‘보험다모아’는 탑재 상품수가 출범당시 217종에서 322종으로 크게 증가하였고,
 - 방문자 수도 100만명을 돌파하는 등 금융소비자의 큰 관심과 호응을 받는 등 금융개혁의 성과를 소비자가 직접 체감할 수 있는 대표적인 개혁 아이콘으로 성장하였음

□ 정부도 새로운 핀테크 흐름에 부응하기 위하여, 지난해 11월
 ① ‘보험다모아’ 출범을 필두로 금년 ② ‘보험사기 다잡아’와
 ③ ‘내보험 다보여’를 차례로 개시하여 온라인 보험시대의 IT
 인프라 3중세트(보험삼다 시스템)를 구축하였음

○ 이와 함께 핀테크 시대에 걸맞지 않은 종전의 아날로그적 규제를
 전면 정비하는 등 제도적 애로 해소에도 많은 노력을 기울였음

* 대면가입서류 간소화, 공인인증서 사용의무 폐지, 과도한 확인·서명방식
 간소화, 해피콜제도 확대 등

□ ‘보험다모아’가 믿을 수 있는 온라인 상품 비교·판매의 場을
 마련해 주고, 정부의 정책적 노력이 더해지면서 지난 1년간 보험
 산업의 온라인 채널 활성화가 더욱 가속화되었음

○ 보험료가 저렴한 온라인 전용 자동차보험을 취급하는 손해
 보험사가 1개사에서 9개사로 증가하였고,

○ 생명보험사의 연금보험과 저축성보험도 간편한 온라인채널
 전용상품 판매가 증가해 금융소비자의 노후대비에 기여하였음

* 온라인 연금보험 수입보험료: ('15.1~9월) 220억원 → ('16.1~9월) 414억원
 온라인 저축보험 수익보험료: ('15.1~9월) 44억원 → ('16.1~9월) 111억원

□ 온라인 채널은 기존 대면채널이 갖지 못한 다양한 장점을
 가지고 있어 ‘보험다모아’의 성과가 더욱 의미있게 다가옴

① 첫째로, 온라인채널 상품은 저비용·고효율 판매채널인 온라인을
 통해서만 판매되기 때문에 사업비가 저렴하여 소비자에게 더
 많은 혜택을 돌려줄 수 있음

- 온라인 전용 자동차보험*의 경우 기존 대면채널보다 동일조건
 기준 보험료가 15% 이상 저렴하여, 소비자의 의무보험 부담
 절감에 기여하고 있음

* (예)개인용, 가입경력 3년 이상, 할인할증 등급 15Z, 기명피보험자 만36세,
 부부한정, 26세 운전자 연령한정, 최근 3년 사고건수 1건, 2013년 연식 차량
 : A사 대면채널 보험료 669,860원

➔ 온라인채널 보험료 554,280원(약11만원, 17%절약)

- 하지만 또다른 ‘전국민 보험’인 단독형 실손의료보험*은
 온라인상품이 아직까지 본격화되지 못한 것으로 알고 있음

· 자동차보험과 마찬가지로 온라인 채널의 장점이 크게 발휘될 수
 있는 상품인 만큼 보험회사의 조속한 상품 개발을 부탁드립니다

* 삼성화재, 동부화재, 메리츠화재, KB손보 4개사만 CM상품 출시

② 둘째로, 온라인 상품은 소비자가 보험상품의 필요성을 느껴
 스스로 상품에 대하여 상세히 알아보고 가입하기 때문에 그간 보험
 업계의 고질적 문제로 지적되어 온 불완전 판매*의 여지가 없음

* 불완전판매 건수(협회 공시): '13년 84,657건 → '14년 101,079건 → '15년 78,642건

- 대면절차를 거치지 않아 가입과정은 간편한 반면 소비자가 더
 꼼꼼하게 보험상품을 이해할 수 있어 스마트슈머
 (smartsumer)의 수요에도 잘 부합하는 장점이 있음

③ 셋째로, 보험업계도 온라인 채널을 보험사의 ‘질적 경쟁력’을
 한 차원 끌어올리는 지렛대로 활용할 수 있음

- 설계사 확보 등 과도한 채널경쟁 과정에서 소요되는 판매채널
 관리비용을 혁신적이고 새로운 상품·서비스 개발에 집중
 투입할 수 있게 될 것임

□ 이제 보험업계는 창의적 역동성을 발현하여 치열한 온라인 환경에서 차별화된 보험 서비스로 경쟁하고, 금융소비자가 체감할 수 있는 금융개혁을 이루어내야 함

○ ‘보험다모아’를 통해 실제보험료가 한눈에 비교되는 온라인의 가격 경쟁환경에 노출되는 것이 두려울 수 있지만,

○ 여세추이(如世推移)*의 지혜를 발휘하여 소비자에게 더 많은 혜택을 줄 수 있는 온라인 상품을 선제적으로 활용하는 보험사가 ‘보험 자율화 시대’ 경쟁의 승자가 될 것임

* 시대나 세상의 변화에 융통성있게 적응해가는 성인의 법도를 나타내는 말로 중국 전국시대 초(楚)의 굴원(屈原)이 지은 어부사(漁父辭)에서 비롯된 고사성어

□ 마지막으로, ‘보험다모아’의 성과가 있기까지 힘써주신 생·손보험협회와 보험사, 개발원 임직원 여러분께 감사드립니다

○ 앞으로도 자동차보험료 조희대상 확대*, 인터넷 포털과의 연계 등 지속적인 보험다모아 시스템의 업그레이드를 위해 많은 관심과 협조를 당부드립니다

* (현행) 15년이하 국산차 갱신계약

→ (금년말) 외산차·LPG차·노후차량, 신규계약 포함

□ 오늘 간담회에서는 ‘보험다모아’와 온라인 채널의 현재와 미래에 대해 생생한 현장의 목소리를 전해 주시기 바랍니다