

보험 사업비 및
모집수수료 개선
공청회

2019.4.16(화) 15:00
상공회의소 Grand Hall

祝 辭

2019. 4. 16.

금융위원회 부위원장
김 용 범

※ 본 원고는 실제 발언내용과 다를 수 있습니다.

□ 안녕하십니까, 금융위원회 부위원장 김용범입니다.

- 우선, 바쁘신 와중에도 보험산업의 주요 과제인 보험 사업비 및 모집수수료에 대한 개선 방안을 모색해보는 이번 공청회에 참석하여 주신 모든 분들께 감사드립니다.

□ 최근 보험산업은 낮은 경제성장률, 저출산, 고령화 등의 영향으로 외형상 성장이 둔화되고 있는 가운데, 보험상품 및 판매 채널에서도 눈에 띄는 변화가 목격되고 있습니다.

- 울타리 역할을 해오던 세제혜택의 감소와 지속적인 저금리는 저축성보험의 판매에 직접적인 영향을 미쳤고, 이에 따라 꾸준한 성장을 기록하던 누적 보험료도 감소하고 있습니다.

* 수입보험료 증감률: '15년 5.6%, '16년 3.0%, '17년 △2.0%, '18.6월 △2.7%

* 생보사 저축성보험 신규매출(월납)

'15년 7,907억원 → '16년 6,241억원 → '17년 5,292억원 → '18년 3,940억원

□ 보험 모집채널에서는 급격한 변화가 일어나고 있습니다.

- 특정 보험사 소속의 전속설계사 보다 대리점소속 설계사가 많아지는 등 대리점의 영향력이 크게 확대되었을 뿐만 아니라,

- 대리점의 유형도 GA(대면영업 중심), 방카, TM(통신판매), 홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰 등 이제는 한 손으로 꼽기 어려울 정도입니다.

- 온라인 등을 통한 비대면모집도 지속 확대되고 있습니다. 실례로 자동차보험은 보험다모아 출범('15년) 이후 온라인 가입 비중이 50%를 넘어서는 등, IT 기술과 연계되어 판매 채널이 크게 변화하고 있습니다.

* 채널별 판매비중('18년) : 오프라인 48.3%, 온라인 51.7% (TM 24.7%, CM27.0%)

□ 소비자들도 크게 달라지고 있습니다.

- 전반적인 소비자들의 지식수준이 높아져 있는 상황에서, 다양한 금융상품 앱(APP)의 등장으로 금융상품에 대한 정보 습득이 용이해지고 금융상품 선택에까지 영향을 주고 있습니다.
- 대면채널보다 비대면채널을 더 선호하고, 인터넷으로 상품을 비교분석하는 소비자들이 점차 늘어나고 있습니다.

□ 이러한 변화의 시점에 보험상품을 선택하는 소비자 입장에서 보험 사업비 및 모집수수료를 고찰해 보는 것은 보험의 현재를 진단하고 미래를 예견해 볼 수 있는 중요한 계기가 될 것입니다.

- 그간 다양한 경로를 통해서 사업비와 수수료로 인한 문제점 제기 및 개선 요구가 지속되어 왔기 때문에, 정부는 오늘 공청회 등을 통해 다양한 의견을 들어보고자 합니다.
- 오늘 공청회에서는 일방적인 문제점 제기와 무조건적인 반론 보다는 보험소비자에게 사업비와 모집수수료가 어떤 의미로 자리매김 할 수 있는지에 대하여 고민해 볼 수 있는 좋은 기회가 되길 기대해 봅니다.

2 보험 사업비 및 모집수수료의 현황

□ 이러한 측면에서 보험 사업비와 모집수수료의 의미를 보다 근본적으로 이해하기 위해 “보험”이라는 제도에 대하여 짧게나마 되새겨 보고자 합니다.

- 지진, 홍수 및 최근 강원도의 산불 등 미래의 위험은 아무리 노력을 해도 완벽하게 막아지지 않아서, 이러한 불확실성을 다루는 방법은 항상 인류의 관심사였습니다.

- 예방 의학 등이 발달하기 이전에는 기근이나 전염병 등에 의한 조기사망 위험에 항상 노출되어 있었고, 이를 신이 결정한다고 믿어 신을 달래기 위해 정성을 쏟았다고도 합니다.
- 막연한 방식으로는 위험에 대응하기 어려웠기 때문에, 인류는 공동체내 상호부조로 위험을 나눔으로써 이를 극복하고자 하였고, 이런 노력이 이어지면서 통계 및 확률 기법의 발전과 더불어 현재의 보험제도가 정립되었다고 생각됩니다.
- 이후 보험은 미래 위험을 보장하는 방식 중에 위험확률에 근거하여 불확실한 사고에 대비하는 상품을 제공하여 사회 안전망으로서 가장 중요한 역할을 수행하여 왔습니다.
- 정부도 보험의 사회적 역할과 그 중요성으로 인해 민영보험의 자율성에도 불구하고 적절한 보험료가 책정될 수 있도록 여러 방면에서 규율하여 왔습니다.
- 하지만, 최근 보험이 불투명한 비용구조로 인해 불완전판매를 양산하고 수수료 부담을 소비자에 전가하는 등 소비자 신뢰를 잃어버리고 있다는 지적이 커지고 있습니다.
- 소비자에게 적합하고 필요한 보험보다 수수료가 많은 보험을 권유하고, 불필요한 승환을 유도하는 등 많은 오남용 사례가 발생하고 있습니다.
- 또한, 과도한 해약공제로 인해 줄어든 해약환급금을 받아보고 보험에 실망했다는 소비자들의 불만도 지속 제기되고 있습니다.
- 이런 식으로 보험료 부담이 증가하고 소비자의 불만이 누적 된다면 보험은 더 이상 사회 안전망으로서의 기능을 제대로 수행할 수 없을 것입니다.
- 우리는 신뢰를 잃은 기업에 대해 소비자는 냉정하다는 것을 수많은 기업의 부침을 보며 직접 목격하여 왔습니다.

- 보험도 예외가 아니라고 생각합니다. 앞서 언급한 바와 같이 점점 더 많은 수의 소비자가 꼼꼼한 비교를 통해 보험상품 정보를 얻고, 저렴한 비용의 판매채널에서 상품을 선택하는 것이 최근 자동차보험의 사례에서 분명하게 확인되고 있습니다.
 - 다른 금융 상품에 비하여 복잡하다는 이유로 관심 대상 밖이었던 보험상품의 비용구조, 수익률도 이러한 소비자의 관심에서 영원히 예외로 남아있긴 힘들 것입니다.
 - 고금리로 대표되는 성장의 시기에 형성된 비용구조는 당시에는 통용될 수 있었겠으나, 성장이 정체되고 저금리가 지속되고 있는 현재의 상황에서 과거의 고비용 구조는 더 이상 존속되기 어려울 것입니다.
- 아직 발생하지 않은 미래 충격에 대한 대비는 보험만이 아닌 은행, 펀드 등 다양한 금융상품을 통해서도 가능합니다.
- 공보험과 직접적인 비교를 하는 것은 어렵지만, 국민건강보험의 보험료 수입대비 사업비율*은 5%이하인 것으로 추정되는 바 이는 현재까지 파악된 민영보험 사업비와는 현격한 차이가 있는 것이 사실입니다.
- * 보험료 대 급여비 비율('17년 국민건강보험 재정현황) : 96%
- 보험영업이 어려워진다고 모집을 위해 과다하게 비용을 지출하고 이로 인하여 보험료를 인상하는 악순환이 반복 될 경우 보험의 앞날은 더욱 암울해 질 것 입니다.
- 모집조직 입장에서든 시장 경쟁에서 뒤처지는 사업비 및 모집수수료 체계를 고수할 경우 소비자 신뢰를 잃어 결국 잠재 소비자를 잃어버리는 등 시장이 소멸하게 될 것입니다.
 - 다시 말하면 보험에 대한 신뢰 저하는 위험보장이 꼭 필요했던 소비자의 보험가입을 주저하게 만들고 결국에는 사회 전체적인 위험보장 체계의 공백까지 초래하게 될 것입니다.

- 이러한 측면에서 오늘 보험연구원의 발제는 매우 중요하고 시의적절하다고 생각합니다.
- 보험산업에는 소비자와 보험회사, 보험대리점, 보험설계사 등 다양한 이해관계자들이 있어 사업비 및 모집수수료에 대해 의견이 다양할 수밖에 없겠지만 다음과 같은 원칙하에 제도개선 방향이 논의·검토되어야 할 것입니다.
- ① 제도개선의 최종 수혜자는 소비자가 되어야 할 것입니다.
 - 위험보장을 위해 꼭 필요한 보험이 전달되는 것도 고려해야 하지만, 소비자 측면에서 불필요한 보험료 낭비요인을 제거하는 것도 중요하므로 정교한 설계가 필수라고 생각합니다.
 - ② 사업비를 직접 제한하기 보다는 보험회사의 자율과 경쟁을 최대한 존중하는 방향으로 검토가 필요합니다.
 - 일부 불합리한 보험상품은 직접 규제도 불가피하겠으나, 일정한 기준을 초과하여 과다하게 사업비를 부가하는 것으로 보일 수 있는 경우에는 이를 공시하여 보험료 경쟁이 촉진 될 수 있는 방안도 모색해 봐야 할 것입니다.
 - ③ 모집조직의 보험 모집노력을 인정하여 인위적으로 수수료 총량을 제한하기 보다는, 동일한 모집 노력에 대한 형평성을 개선하고 불완전판매 요인을 제거하는 방안을 마련하여야 할 것입니다.
 - ④ 설계사는 소비자와 직접적인 대면을 하는 만큼 안정적인 모집 시스템이 설계사에게 제공되어야 할 것입니다. 이러한 측면에서 설계사에게 불리하게 작용할 수 있는 사례를 발굴·개선하여 권익을 보호하는 방안도 함께 논의해 봐야 할 것입니다.

- 앞서 보험을 둘러싼 대내외 환경이 크게 변화하고 있다고 말씀드렸는데, 이제는 보험업권이 소비자의 눈높이에 부합할 수 있도록 적극 대응해야 할 시기라고 생각합니다.
- 급변하는 경제환경, 4차 산업혁명 등 기술의 발전, 다양한 소비자 니즈에 맞추어 보험이 변화하지 않으면 점차 소비자의 외면을 받게 될 것입니다.
- 앞으로 소비자들이 다른 금융상품이 아닌 보험상품을 선택하도록 하기 위해서는 부단한 노력이 필요하다고 생각합니다.
- 이미 환경 변화에 따라 다른 금융업권들은 발빠르게 진화하고 있습니다.
- 보험만이 제공할 수 있었던 다양한 보장들도 이제는 파생상품 등 다른 금융상품이 제공할 수 있는 등 무한경쟁의 시대에 진입하고 있습니다.
- 보험도 이제는 변화하지 않으면 무한경쟁에서 더 이상 살아남을 수 없을 것입니다.
- 이번 공청회가 앞으로의 보험산업이 사회 안전망으로서의 굳건한 지위를 유지할지 결정하는 매우 중요한 논의가 될 것이라고 생각합니다.
- 업권내 밥그릇 경쟁이 아니라 어떻게 신뢰를 회복하고 미래 경쟁에서 살아남을 지를 고민하는 중요한 자리가 될 것입니다.
- 오늘 다양한 논의를 통해 보험산업의 신뢰와 경쟁력을 회복할 수 있는 중요한 전환점이 될 수 있기를 바랍니다. 감사합니다.