

보험 비교·추천서비스 이용현황 및 향후 계획

- ◆ '24.1월 19일부터 약 12만명이 자동차보험 비교추천 서비스 이용(6.1천여건 가입)
- ◆ 보험료 절감, 보험사간 경쟁촉진, 판매채널 다양화 등 다양한 효과 발생
- ◆ 서비스 활성화를 위한 개선방안, 후속상품(펏보험 등) 출시 등 협의 중

플랫폼 보험 비교·추천 서비스 출시(1.19일) 이후 한 달여간 많은 소비자들이 보험상품을 간편하게 비교하고, 적합한 상품을 추천받아 보험료 절감 등의 효과를 본 것으로 나타났다.

< 자동차 보험시장 및 보험 비교·추천서비스 이용현황 >

국내 자동차보험 시장('23년 기준)은 매년 약 2,500만대 자동차가 의무적으로 가입·갱신하는 시장으로, 개인용 차량(이륜차 포함)이 약 1,940만대(78%), 영업용 및 업무용 차량은 약 560만대(22%)이다. 보험 가입경로는 설계사 등 대면 44.5%, 온라인(이하 CM) 38.2%, 전화(TM) 17.2% 순으로 나타나고 있다.

1월 19일부터 7개 핀테크사에서 서비스를 개시한 자동차보험 비교추천 서비스는 약 12만명이 비교·추천 서비스를 이용하였으며, 약 6,100여건의 보험계약이 체결되었다.(2.19일 기준)

※ (참고) 용종보험의 경우 약 1천명이 비교·추천서비스 이용, 130여건 가입

이와 관련하여 다수의 소비자가 보험 비교·추천 서비스를 이용하고 있어 온라인 판매 등 판매채널 다양화라는 긍정적 평가와 함께, 실제 보험가입으로는 이어지지 않아 당초 기대수준에 일부 미치지 못하고 있다는 평가도 있다.

보험 비교·추천 서비스 이용자는 약 12만명으로, 주담대 대환대출 서비스(13.6만명/1.9~2.7일)와 비교했을 때 큰 차이를 보이지 않는다. 다만 보험 계약 건수의 경우 대환대출 실행건수(23,598건)와 차이를 보이고 있다.

보험 계약건수 확대를 위해 서비스 개선이 필요하다는 의견도 있으며, 계약 건수 차이는 계약 만기일이 도래한 경우에만 가입이 가능한 자동차보험 특성에도 일부 기인하는 것으로 판단된다.

<자동차 보험 비교추천서비스와 주담대 대환대출 서비스 비교>

구분	자동차보험 비교추천	주담대 대환대출 서비스
이용시점 및 소비자영향	· 만기일 미도래자 가입 어려움	· 이용시점 제한 없음 · 보다 낮은 금리로 대환시 즉시 금리 인하효과 발생
서비스 이용방법	· 비교·추천 서비스만 이용하고, 플랫폼 外 CM채널로도 가입 가능 · CM채널 통한 가입건수 통계 미포함	· 플랫폼 外 은행 앱, 창구 등을 통한 대환대출 실행건수도 통계 포함

의무적으로 매년 갱신해야 하는 자동차보험 특성상 보험 비교·추천 서비스 이용자 및 보험 가입건수*는 지속 확대될 것으로 예상되며, 보험사와 핀테크사 등은 서비스의 조속한 정착을 위해 개선방안 등을 협의해 나갈 예정이다.

* 일평균 보험 가입건수 : (1주차)161건 → (2주차)215건 → (3주차)247건 → (4주차)264건
일 최대 가입건수(출시일 제외): (2.14일)363건

< 보험 비교·추천서비스 기대효과 >

자동차보험 비교추천 서비스는 운영 초기임에도 ❶소비자 편의 증대, ❷보험사 간 경쟁촉진, ❸보험 판매채널 다양화 등 유의미한 변화를 보이고 있다.

❶ 소비자들이 보험료를 간편하게 비교하고, 가입이 가능해져 보험료가 절감되는 효과가 있었다.

A플랫폼의 분석(5,300여명 대상)에 따르면 이용자의 약 60%가 기존계약에 비해 30%* 정도 저렴한 보험료를 비교·추천 받은 것으로 나타났다.

* 기존 보험료 평균 87만원 → 비교·추천 서비스로 조회한 보험료 평균 60만원(27만원 ↓)

또한 플랫폼을 통해 보험을 갱신한 소비자의 경우 78%가 보다 저렴하거나 상품조건이 적합한 보험사로 변경한 것으로 나타난다. 전체 소비자의 17.5%만이 갱신시 보험사를 변경하는 점을 고려할 때, 비교·추천 서비스가 보험사간 가격경쟁 등을 촉진하고 있는 것으로 보인다. 보험사간 경쟁은 향후 보험료 부담완화 동력으로 작용할 것으로 기대된다.

② 보험사와 소비자간 정보비대칭성을 해소하며 경쟁을 촉진하고 있다.

금번 서비스 출시를 계기로 가격 경쟁력이 있는 중·소형 보험사는 신규고객 확보를 위해 적극 참여하고 있다. 그 결과 대형 보험사가 90%이상 점유하고 있는 기존 자동차보험 시장에서 약진하는 모습(기존 7.9%→플랫폼 48.7%)을 보이고 있다.

<중소형-대형 보험사간 자동차보험 시장점유율 비교>

구분	기존시장 점유율	플랫폼 점유율
중소형 보험사 4개사	7.9%	48.7%
대형 보험사 4개사	91%	50.1%

또한 대형 보험사의 경우에도 플랫폼과 경쟁하기 위해 자사 CM채널을 개선하고, 자사 CM채널 가입시 할인 및 부가 서비스를 확대*하는 등 보험사간 경쟁뿐만 아니라 판매채널별 경쟁도 활발해지고 있다.

* B보험사: 자동차 보험료 인하폭 확대(2.6%→2.8%) 및 보험료 할인특약 대상 확대
C보험사: 자동차보험 가입자 대상 최고 연 8% 금리 제공하는 적금상품 출시

③ CM채널 활성화가 촉진되고, 판매채널의 다양성이 제고될 것으로 기대된다.

‘24년 1월 자동차 CM채널 가입건수*는 96.5만건으로 전년 동월 대비 11.8만건 증가하였다. 이는 ’23.1월 증가분(+7.7만건)의 약 1.53배 수준이다. 추가적 분석이 필요하나, 비교·추천 서비스 개시와 함께 보험사의 CM채널 강화 등 경쟁촉진 등이 CM채널 활성화에 기여한 것으로 추정된다.

* 자동차보험 온라인 가입건수: (’22.1월) 77만건 → (’23.1월) 84.7만건 → (’24.1월) 96.5만건

아울러 플랫폼은 타채널에 비하여 소비자 접근성과 편의성이 뛰어나며, 설계사 대면 위주의 푸쉬 마케팅(push-marketing)에서 소비자가 주도하여 상품을 선택하는 풀 마케팅(pull-marketing)으로 전환이 가능하다. 중장기적으로는 보험상품 단순화와 불완전 판매 감소로도 이어질 수 있을 것으로 기대된다.

< 향후계획 >

보험사와 핀테크사는 그간 이용자들이 불편사항으로 지적한 사항들을 조속히 개선하고, 서비스 편의성을 지속 제고해 나갈 예정이다. 이를위해 정확한 보험료 산출을 위한 정보공유 항목 확대를 검토하고, 수수료 체계 개선방안 등도 협의해 나갈 계획이다.

또한 ’24.2분기 펫보험 비교·추천 서비스 출시를 위해 보험사-핀테크사간 협의를 진행 중이며, 여행자보험, 저축성보험, 실손보험 등도 순차적으로 출시할 예정이다.

담당 부서 <총괄> <공동>	금융위원회	책 임 자	과 장	신 상 훈	(02-2100-2960)
	보험과	담 당 자	사 무 관	윤 세 열	(02-2100-2945)
	금융감독원	책 임 자	국 장	서 영 일	(02-3145-7460)
	보험감독국	담 당 자	팀 장	황 기 현	(02-3145-7474)
	생명보험협회	책 임 자	본 부 장	김 인 호	(02-2262-6674)
	시장혁신본부	담 당 자	부 장	박 순 근	(02-2262-6566)
	손해보험협회	책 임 자	본 부 장	최 종 수	(02-3702-8523)
	소비자서비스본부	담 당 자	부 장	박 기 준	(02-3702-8610)
	핀테크산업협회	책 임 자	사무처장	장 성 원	(02-587-2663)
		담 당 자	실 장	최 근 창	(02-6949-2682)