

	<b>보 도 자 료</b>			 
		<b>보도</b>	<b>2021.5.17(월) 조간</b>	
<b>기 관</b>	<b>책 임 자</b>		<b>담 당 자</b>	
금융위원회	보험과장	이동엽 (02-2100-2960)	태현수 사무관 (2961)	
금융감독원	보험감독국장	양해환 (02-3145-7460)	최성호 팀 장 (7474)	
생명보험협회	시장개발본부장	신영선 (02-2262-6621)	박순근 부 장 (6566)	
손해보험협회	손해보험1본부장	김지훈 (02-3702-8669)	이형걸 부 장 (8610)	

**제 목 : 소비자 보호의 실효성은 높이고, 보험모집의 비효율은 낮출 수 있도록 「비대면·디지털 모집 규제」를 개선하겠습니다.**  
**[보험업법 시행령 및 감독규정 등 입법예고]**

**[ 추진배경 ]**

- '21.3월 발표한 「보험산업 신뢰와 혁신을 위한 정책방향」 중에서 「비대면·디지털 보험모집 규제개선」 과제의 세부방안을 마련하고, 이를 반영한 보험업법 시행령 등 개정안을 입법예고 하였습니다.
  - 「모집채널선진화T/F\*」를 중심으로 다양한 방안을 논의하였고, 금융발전심의위원회 등을 통해 전문가 의견도 폭 넓게 수렴하였습니다.
- \* 금융위, 금감원, 보험연구원, 생·손보협회, 업계 전문가 등으로 구성
- 이번 개선방안을 통해 **대면전화온라인** 등 다양한 방식이 **상호결합 보완될 수 있도록** 하여, **소비자 보호의 실효성은 높이고 기존 모집 방식의 비효율은 낮출 수 있도록** 하였습니다.
- 앞으로 제도시행 과정을 면밀히 **현장 모니터링**하여 소비자 보호에 문제가 없도록 지속 노력할 예정입니다.

**[ 주요내용 ]**

- ① **[대면의무 완화]** 기존에 보험설계사는 **반드시 고객을 1회이상 만나야 했으나**, 코로나19, 언택트 문화 등을 감안하여 만나지 않고 **전화로 보험을 모집할 수 있도록** 하였습니다. \* 「금소법 감독규정」에서 제도화 완료

② **[반복서명 폐지]** 기존에 소비자는 보험에 가입할 때, 작은 휴대폰 화면에서 중요사항 확인 및 서류작성시 여러번 반복 서명해야 했으나,

- 1회만 전자서명을 하고 중요한 사항을 개별적으로 확인\*하면 보험가입 절차가 완료될 수 있도록 개선하였습니다.

\* 소비자가 별도 페이지(팝업) 등을 통해서 개별적으로 직접 확인

③ **[AI 음성봇 활용 허용]** 기존에 설계사는 전화로 보험을 모집할 때, 표준스크립트를 직접 읽고 녹취해야 했으나,

- 스크립트 낭독은 AI 음성봇(속도, 볼륨조절 가능)을 활용하고 설계사는 고객의 질문이나 추가설명 요청 등 **상품이해도**를 실질적으로 높이는 부분에 집중할 수 있도록 절차를 개선하였습니다.

④ **[하이브리드(전화+모바일) 모집]** 기존에 전화 모집에서는 상품안내, 중요사항 설명, 청약서류 작성 등 **수과정이 전화로만** 진행되었으나,

- 앞으로는 계약내용 재확인, 보험계약 필요서류 작성 등은 **모바일로** 진행할 수 있도록 절차를 개선하였습니다.

⑤ **[완전판매 모니터링(해피콜) 절차 개선]** 기존에는 변액보험, 저축성 보험, TM실손보험에 대한 해피콜은 전자적 방식(이메일, 문자메시지 등)은 활용할 수 없고, 전화방식만 허용되었습니다.

- 앞으로는 모든 상품에 대해 전자적 방식의 해피콜이 가능해집니다. [단, 고령자(65세 이상) 계약은 전화방식 해피콜 사용의무 유지]

⑥ **[추가 검토사항]** 모집에 화상통화 활용(모범규준 마련), 모바일 모집절차 전면 활용(규제샌드박스), 표준스크립트 분량 축소 등도 검토·추진 중에 있습니다.

⇒ 금번 제도개선은 향후 보험모집채널이 **옴니채널(Omni-Channel)** 등 혁신적인 형태로 발전하고, **대면-비대면 방식을 결합**한 새로운 사업모델이 등장하는 계기가 될 것으로 기대합니다.

◇ 보험 모집채널은 비대면 문화 및 디지털 기술의 확산, 플랫폼의 보험 시장 진출, 재판분리 등으로 구조적 변화에 직면해 있습니다.

○ (디지털·비대면) 코로나19에 따른 비대면 영업 가속화, AI 등 디지털 기술 발달 등으로 모집방식 다변화 수요가 증대

※ 손해보험 상품의 모집방식별 비중(원수보험료 기준, '16년 → '20년, %)

- 전 체 : (대면) 87.0 → 84.3, (전화) 10.1 → 9.4, (디지털) 2.9 → 6.3
- 자동차 : (대면) 65.9 → 56.8, (전화) 22.3 → 18.0 (디지털) 11.8 → 25.2

※ 생명보험 상품의 모집방식별 비중(초회보험료 기준, '16년 → '20년, %)

- 전 체 : (대면) 98.8 → 98.7, (전화) 1.1 → 1.9, (디지털) 0.1 → 0.3

○ (플랫폼) 전세계적으로 기술기업의 금융업 진출 등 빅블러(big blur) 현상이 나타나는 가운데, 국내도 플랫폼이 판매채널로 부상

○ (제조판매 분리) GA의 양적팽창·대형화\* 속에, 일부 보험사는 전속설계사 조직을 자회사(GA)로 전환하는 등 영업채널 재편

\* 설계사('09년→'20.6월, 명) : (전 속) 23.0만(50.5%) → 19.3만(44.8%)  
(GA소속) 13.5만(29.6%) → 23.6만(55.0%)

\* 대형 GA(500명 이상) 소속 설계사 : ('16년) 13.1만명 → ('20.9월) 16.2만명

◇ 정부는 이러한 보험 모집채널의 구조적인 변화 흐름을 감안하여 3가지 정책과제를 제시하였습니다. ☞ 「보험산업 정책방향(3.2일)」

- [1단계] 비대면·디지털 모집규제 개선 ☞ [전략1 - 과제2-①]
- [2단계] 온라인 플랫폼 규율체계 마련 ☞ [전략1 - 과제2-②]
- [3단계] 독립보험대리점(GA) 판매책임 강화 ☞ [전략1 - 과제3-②]

◇ 그중 첫 번째로 「비대면·디지털 보험모집 규제 개선방안」을 마련하게 되었습니다.

- ※ ① 금융위·금감원, 보험연구원, 업계 등 전문가로 구성된 「모집채널 선진화 T/F」를 통해 안을 마련
- ② 「금융발전심의회(금융산업·혁신분과 회의, 5.13일)」 회의 등을 거쳐 학계, 법조계 등 전문가 의견도 폭 넓게 청취

- **(유형)** 보험 모집과정은 **대면방식**과 **비대면방식**으로 구분되고, 비대면방식은 **전화모집(TM\*)**, **디지털모집(CM\*)**으로 구분

\* TM : Tele-Marketing, CM : Cyber-Marketing

- **대면방식**과 **전화모집(TM)**은 **아웃바운드(Out-bound)** 영업으로서, 설계사가 **고객에게 적극적으로 설계·안내·권유**
- **디지털모집(CM)**은 **인바운드(In-bound)** 영업으로서, 고객들이 원하는 상품을 **보험사 홈페이지·앱 등에서 선택·가입**

- **(비중)** 보험 모집과정은 보험상품과 산업의 고유한 특성 등에 따라 **대면·아웃바운드 방식의 비중이 큼**

- 다만, 최근 **비대면 문화의 확산, 디지털 기술의 발달** 등으로 **손해보험\***을 중심으로 **비대면·인바운드 방식의 비중이 증가**

\* 자동차보험, 실손보험 등 가계성 보험 등에서 비대면·인바운드 방식이 증가

< 보험 모집방식별 비중(%) >

구분	모집과정	'16	'17	'18	'19	'20
손해 보험	대면(out)	87.0	86.7	86.8	86.1	84.3
	비대면	13.0	13.3	13.2	13.9	15.7
	전화(out)	10.1	9.4	8.8	8.8	9.4
	디지털(ln)	2.9	3.9	4.4	5.2	6.3
생명 보험	대면(out)	98.8	98.4	97.6	98.0	98.7
	비대면	1.2	1.6	2.4	2.0	1.3
	전화(out)	1.1	1.5	2.2	1.7	1.0
	디지털(ln)	0.1	0.1	0.2	0.3	0.3

\* 손보는 원수보험료, 생보는 초회보험료 기준 / 퇴직연금은 제외

- **(절차)** 통상 보험모집은 **권유 → 설명 → 청약 → 해피콜**로 진행

- ① 권유 : 설계사가 보험상품 소개, 가입의사 확인, 가입필요성 환기 등 진행
- ② 설명 : 보험상품의 중요사항을 소비자가 이해할 수 있도록 설명
- ③ 청약 : 상품설계내용 확인, 청약서 등 필요서류에 서명, 초회보험료 납부 등 진행
- ④ 해피콜 : 보험사는 청약철회기한 내에 보험모집이 적법하게 되었는지 점검

- ◇ 소비자 보호의 실효성은 높이고 디지털 신기술을 활용하여 기존 모집방식의 비효율성을 해소
  - 기존의 칸막이식 모집방식 규제를 정비하여 대면·전화·온라인 등 다양한 방식의 상호결합·보완을 허용

## I. 보험 대면모집 관련 개선방안

### 1 설계사의 고객 대면의무 면제

- **[기존]** 대면채널 보험설계사는 반드시 1회 이상 소비자를 대면하여 보험계약 중요사항을 설명해야 했습니다.
- **[개선]** 「코로나19에 따른 금융규제유연화 조치」를 상시화하여, 전화로 중요사항의 설명·녹취, 보험사의 녹취 확인 등 안전장치가 전제된 경우, 대면없이도 전화 설명할 수 있도록 하였습니다.

※ 「금융소비자 보호에 관한 감독규정」에 반영 완료('21.3.25.)

### 2 모바일 청약시 반복서명 절차 폐지

- **[기존]** 설계사가 계약자를 만나서 중요사항을 설명하면, 보험계약 서류작성 등 청약절차는 모바일로 진행할 수 있습니다.
- 그러나, 이 과정에서 소비자는 작은 휴대폰 화면 등에서 모든 서류에 반복해서 전자서명을 해야 해서 불편을 겪었습니다.
- **[개선]** 전자서명 입력은 청약절차 시작시 1회만 하고, 소비자가 계약 중요사항 및 각각의 서류내용을 꼼꼼하게 확인하여 서명란을 클릭·확인하도록 개선\*하였습니다.

\* 전체 일괄동의 또는 일괄서명 방식은 금지되며, 각 항목별로 별도 페이지(팝업) 등에서 "확인"하도록 조치하고 전자서명법상 전자서명에 부합되도록 시스템 구현 필요

※ 보험협회가 「모바일 청약 모범예시안」 마련·시행('21.3.3일) → 5월중 보완

< 청약서류 서명방법 (예시) >

**청약서류 개별 확인을 전제로 서명을 단 1회로 감소 개선**



**II. 보험 전화모집(TM, Tele-Marketing) 관련 개선방안**

**3 전화 모집시 AI 음성봇 활용 허용**

- **[기존]** 보험설계사가 전화로 보험을 모집(TM)할 때, 표준 스크립트를 모두 직접 낭독하는 방식만 가능하였습니다.
  - 이러한 방식은 장시간(통상 30분 내외) 사람이 직접 낭독하는 과정에서 지나치게 빠른 설명속도, 부정확한 발음, 형식적 설명 등으로 소비자의 상품 이해에 한계가 있었습니다.
- **[개선]** 표준 스크립트 낭독은 TTS 기술\* 기반의 AI 음성봇을 활용할 수 있도록 하고, 설계사는 고객의 질문이나 추가설명 요청에 집중할 수 있도록 모집절차를 개선하였습니다.

\* TTS(Text To Speech) 기술 : 문서화된 표준스크립트를 음성으로 변환하여 음성봇 등이 자동으로 소비자가 원하는 속도에 맞춰 설명하는 디지털기술

- 다만, 소비자 보호를 위해 소비자가 자신의 상황에 맞게 음성봇을 조절하고 쌍방향 피드백이 가능하도록 요건을 갖추어야 합니다.

< 음성봇 활용 요건 >

- ① 설명속도, 음량 등을 조절할 수 있는 기능을 제공할 것
- ② 소비자가 AI 음성봇 사용 중단을 요청하면 즉각 중단
- ③ 소비자가 설명내용에 대해 질문이나 추가설명을 요청하면, 설계사가 실시간으로 직접 응대할 수 있는 시스템을 갖출 것
- ④ 음성봇이 상품설명을 한다는 사실 및 ①·②·③에 대해서 소비자에게 미리 안내하고 동의를 받을 것

4 하이브리드(전화 설명 + 모바일 청약) 모집방식 허용

- [기존] 전화로 보험을 모집(TM)하는 경우, 중요사항 설명 및 각종 서류작성 등 쏠 모집절차를 전화로만 진행해야 했습니다.
  - 그러나, 소비자에 따라서는 설명을 듣고 즉시 보험가입을 결정하기 어려울 수 있고, 서류작성은 원하는 시간에 모바일로 처리하는 것이 보다 편리할 수 있습니다.
- [개선] 보험상품의 중요사항은 전화로 설명·녹취하도록 하되, 계약에 필요한 서류작성 등 청약절차는 모바일로 할 수 있도록 하이브리드 모집방식을 허용하겠습니다.
  - ① 설계사는 전화(AI 음성봇 활용 가능)로 보험상품의 중요사항에 대한 설명의무를 이행하고, 설명내용을 녹취
  - ② 설계사가 전화로 설명한 내용을 반영한 청약서, 상품설명서 등을 모바일로 전송하면 소비자는 계약내용을 꼼꼼히 확인
  - ③ 또한, 소비자는 모바일로 전송된 보험계약 서류를 확인하고 전자서명 등을 하여 보험회사에 전송

< 하이브리드 모집방식 예시 >





### III. 보험 완전판매 모니터링 관련 개선방안

#### 5. 완전판매 모니터링(해피콜) 절차 개선

○ **[기존]** 보험회사는 보험계약 체결후 청약철회 기간내 중요사항 설명의무 이행 등 보험모집이 적법하게 이루어졌는지 전화 또는 온라인으로 확인하는 해피콜을 실시하고 있습니다.

- 이때, 일부 보험상품\*은 '전화' 방식만 활용하도록 제한하고 있고, '온라인' 방식(이메일, 문자메시지 등) 해피콜도 '예/아니오' 식의 질문으로 실효성이 낮았습니다.

\* 변액보험, 금리연동형 저축보험, TM채널 실손보험 등

○ **[개선]** ① 전화 해피콜에도 음성봇 활용을 허용\*합니다.

\* 음성봇 해피콜 진행중 고객이 추가 설명 등 요청하면, 보험회사는 고객의 요청에 응대하기 위한 수단(콜백(call back) 또는 상담사 연결)을 마련한 경우만 가능

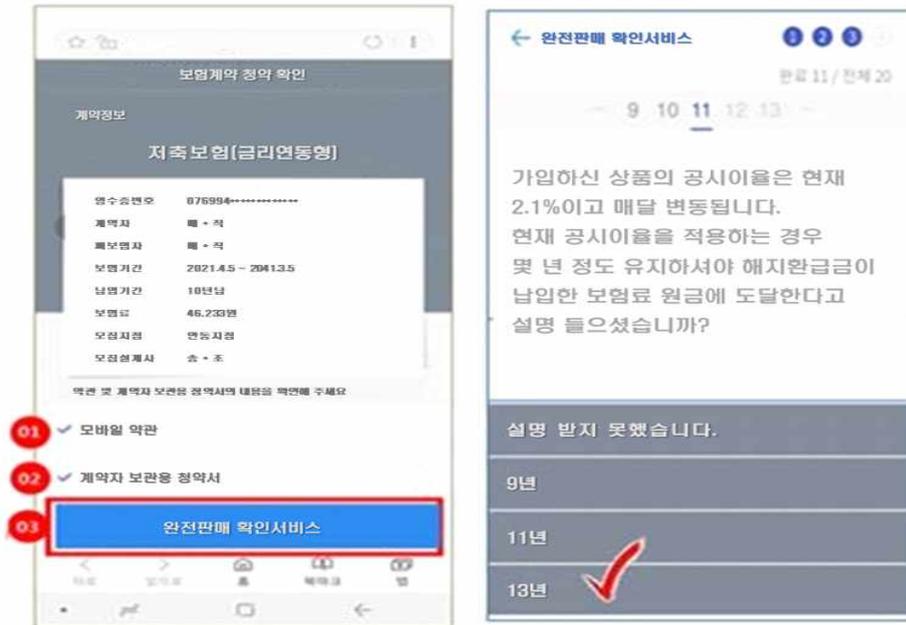
- ② 디지털 금융환경에 맞게 고객이 원하는 경우에는 모든 보험상품에 온라인 방식 해피콜을 실시할 수 있도록 하겠습니다.

- 다만, 고령자(65세 이상) 계약에 대해서는 현행과 동일하게 전화방식 해피콜을 유지하기로 하였습니다.

- ③이와 함께, 온라인 해피콜의 실효성을 높이기 위해 소비자 민원이 자주 발생하는 사항\* 등은 질문방식('예/아니오' → '3~4지선다형')·내용 등을 개선하여 불완전판매를 방지하겠습니다.

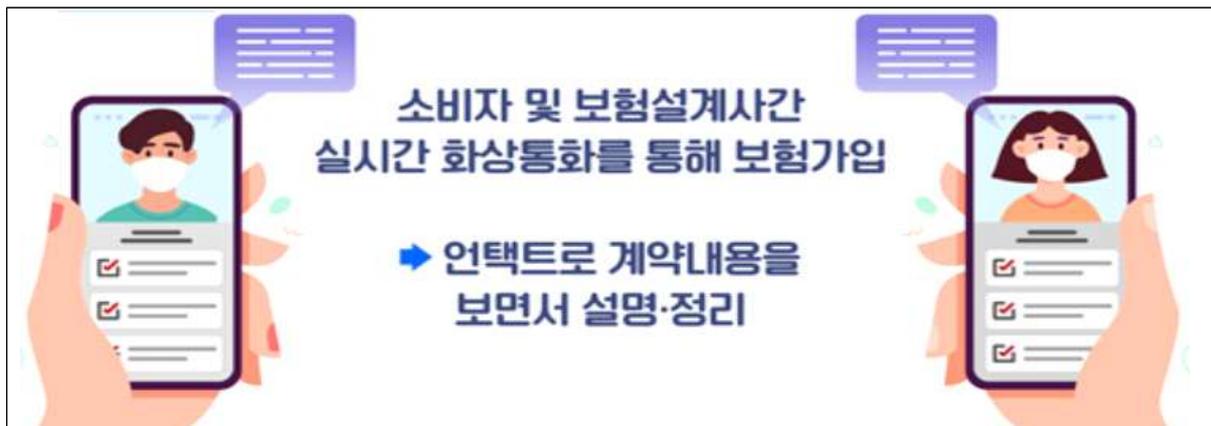
\* 금리변동 등에 따른 손실 가능성, 사업비 차감 사실 등을 선택형으로 질문 (참고2)

< 온라인 방식 해피콜 질문방식 개선 예시 >



## 6 화상통화 활용 허용 : 모범기준 마련중

- 보험모집시 화상통화 활용 방안에 대해서는 「모집채널 선진화 T/F」에서 세부방안을 논의중입니다.
- 화상통화는 비대면으로 “보면서 설명을 듣는 방식”이 가능하며, 적절하게 활용하면 소비자 보호 및 가입자 편의성 측면 모두 개선될 수 있습니다.



- 반면, 음성전화시 '녹음'하는 것처럼 '녹화'를 하는 경우 사생활 침해 우려 등 거부감이 커서 별도의 소비자 보호장치\*를 마련할 필요가 있습니다.

\* 예) 로그기록 보관, 동영상 등 시각화 자료 활용, 보면서 설명 듣는 시스템 구현, 실시간 질문을 통한 소비자 집중도 확보, 소비자 제공화면 보관 등

- 이러한 점들을 종합적으로 논의하여, 금년 상반기중 「화상통화 보험 모집 모범규준(가칭)」을 마련할 계획입니다.

## 7 모바일 모집절차 전면 활용 (표준스크립트 설명을 디지털 기술로 대체) : 규제 샌드박스 운영후 제도화 검토

- 현재, 보험업계, 핀테크 업계 등은 전화로 보험계약 중요사항을 설명·녹취하는 절차를 혁신적인 모바일 방식(앱, 홈페이지 등 활용)으로 대체하는 금융규제 샌드박스 수요를 제출\*하였습니다.

\* '21.4월, 5건 수요조사 접수

- 이는 기존의 전화모집(TM) 절차 중 단순 상품안내를 제외한 모든 절차(중요사항 설명 및 청약절차)를 모바일로 대체하는 방식입니다.
- 사업방식의 혁신성, 소비자 보호 수준 등을 충분히 검토하여, 금년 상반기중 금융규제 샌드박스 지정 여부를 결정할 계획입니다.

## 8 전화설명인 표준스크립트 간소화

- 보험업계는 전화모집시 중요사항 설명을 위한 표준스크립트 분량이 과도하여 소비자와 모집인 양측 모두가 불편을 겪고 있는 만큼, 이를 축소할 수 있는 가이드라인 마련을 건의하였습니다.
- 소비자보호와 거래편의성 간 균형을 맞춘 새로운 관행이 현장에 정착할 수 있도록 “가이드라인” 마련 등을 검토할 계획입니다.

◇ 금번 제도개선은 향후 보험모집채널이 옴니채널\*(Omni-Channel) 등 혁신적인 형태로 발전하고, 대면-비대면 방식을 결합한 새로운 사업모델이 등장하는 계기가 될 것으로 기대합니다.

\* '모든 것, 모든 방식'이라는 접두사 옴니(Omni)와 유통경로(Channel)의 합성어

### 3

## 향후 계획

- 보험업법 시행령 등은 입법예고, 금융위 의결 등 법령개정 절차를 거쳐 시행될 예정입니다. ('21.하반기 시행 추진)
- 법령개정 없이 유권해석/비조치, 보험협회 모범규준 마련 등으로 가능한 사항은 필요한 조치를 통해 우선 추진할 계획입니다.
- 앞으로 제도시행 과정을 면밀히 현장 모니터링하여 소비자 보호에 문제가 없도록 지속 노력할 예정입니다.

### < 추진과제별 조치사항 및 일정 >

추진과제	개정	일정
<b>(1) 대면모집 절차개선</b>		
① 설계사의 1회이상 고객 대면의무 완화	금융소비자 보호에 관한 감독규정	既완료 (3.25일)
② 모바일 청약시 반복서명 절차 폐지	모바일 청약 모범예시안 (협회)	既완료(3.3일) → 5월중 보완
<b>(2) 전화모집 절차개선</b>		
① 음성봇 활용 허용	보험업법 시행령 및 보험업 감독규정	입법예고('21.5월~) 시행('21.3Q 예정)
② 하이브리드 모집(전화설명 + 모바일청약) 허용	보험업 감독규정	'21.3Q
③ 보험 완전판매 모니터링 개선	보험업감독업무 시행세칙	'21.3Q
<b>(3) 화상통화 및 표준스크립트 사용 예외</b>		
① 화상통화 활용 허용	모범규준 마련	'21.上
② 전화모집시 모바일 모집절차 전면 활용	금융규제 샌드박스	'21.上

## 참고1

## 보험 모집채널 변천과정

□ '90년대 중반까지, 생명·손해보험 모집채널은 각 업권 특성과 모집채널 규제 등에 따라 각각 다른 양상으로 발전

○ 보험설계사는 가계성 보험만 모집이 가능했고, 보험대리점의 1社 전속주의, 손해보험대리점 등급제 등 규제 존재

< '90년대, 손해보험대리점 등급별 기준 >

(1) 초급대리점	(2) 일반대리점	(3) 총괄대리점
■ 설립요건 - 영업기간 2년 이내	■ 설립요건 - 초급대리점 영업 2년이상 - 모집 계약의 수입보험료 일정수준(예 서울 0.8억원) 이상	■ 설립요건 - 일반대리점 영업 2년 이상 - 모집 계약의 수입보험료가 일정수준(예 서울 2.3억원) 이상
■ 취급가능 상품 - 가계성 보험만 가능	■ 취급가능 상품 - 선박·적하·항공 외 보험	■ 취급가능 상품 - 모든 종목 취급 가능

○ 가계성 보험 위주의 생명보험은 '전속 설계사' 중심으로, 대리점 등급별 취급상품 제한이 있던 손해보험은 '대리점' 중심으로 성장

□ '90년대 중반~'00년대, 독립보험대리점(GA, 96년), 방카슈랑스('03) 등이 도입되면서 판매채널의 시장구조가 크게 재편

○ 생명보험은 전속 설계사의 모집비중이 감소세를 보이는 가운데, 방카슈랑스가 핵심채널로 부상('20.上, 모집비중 50% 이상)

\* 생명보험 주요 판매채널의 모집비중 변동 (초회보험료, '03년 → '20.상반기)  
 (전속설계사) 40.0% → 12.8%, (대리점) 7.4% → 6.9%, (방카) 39.7% → 55.5%

○ 손해보험은 방카 도입이후에도 대형 독립보험대리점(GA)이 핵심 채널 지위를 유지('20.6말, GA 소속 설계사는 전체 설계사의 55.0%)

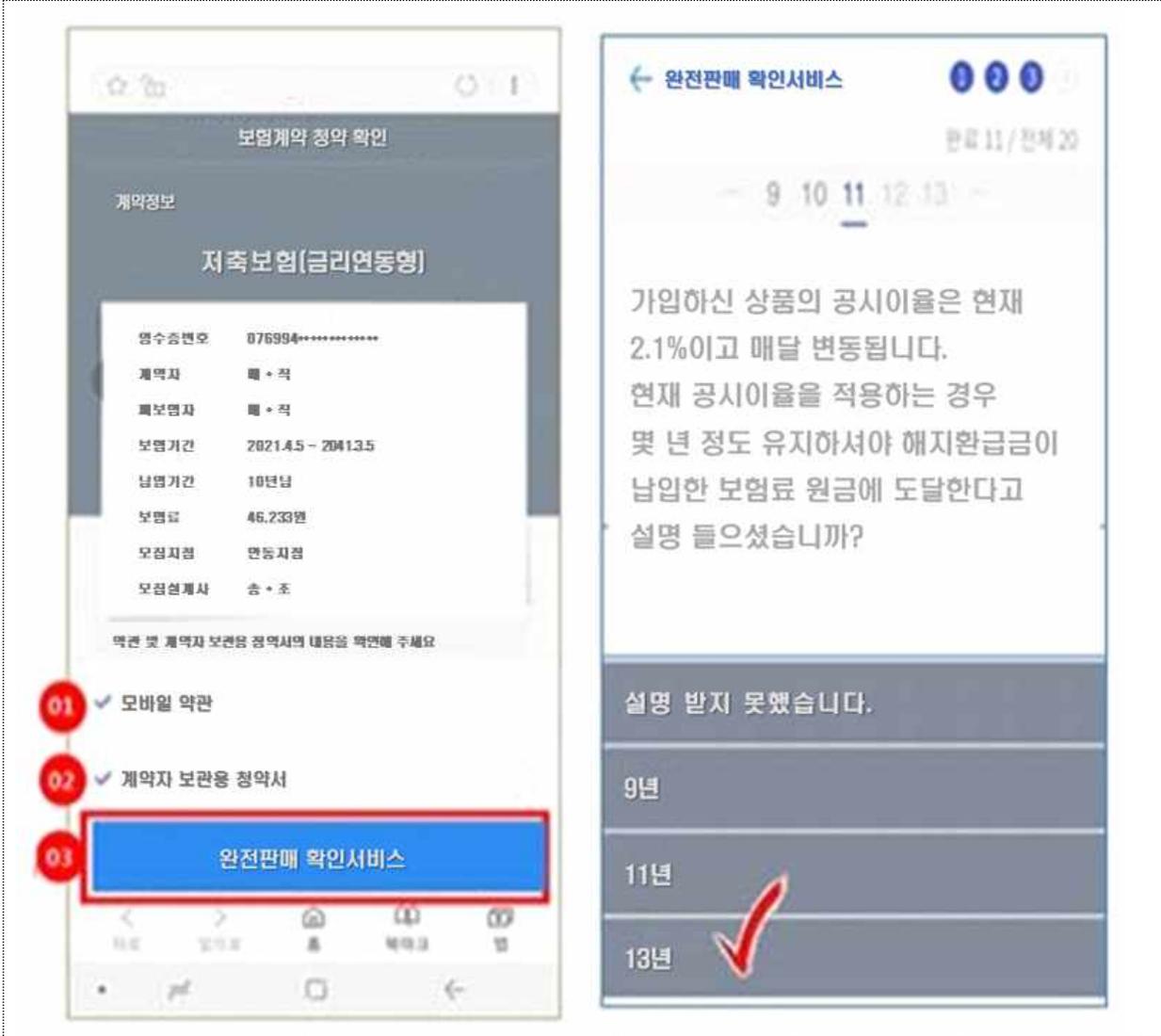
\* 손해보험 주요 판매채널별 모집비중 변동(원수보험료, '03년 → '20.상반기)  
 (전속설계사) 35.8% → 24.1%, (대리점) 51.9% → 46.3%, (방카) 0.4% → 6.5%

□ 현재 모집채널은 비대면 문화 및 디지털 기술의 확산, 플랫폼의 진출, 제판분리 등으로 또 한번의 구조적 변화 예상(☞ 추진배경 3p 참조)

## 참고2

# 전자적 방식 해피콜 예시 및 가이드라인(안)

### □ 전자적 방식(모바일) 해피콜 제공 방식(예시)



### < 전자적 방식 해피콜 스크립트 개정(안) 前·後 비교(예시) >

### □ 변액보험

질문항목	개정 前	개정 後
예금자 보호 및 최저보증내용	(최저보증 있는 변액보험) 이 상품은 예금자보호법의 보호 대상은 아니지만, 약관에서 최저 보증하는 보험금은 보호대상이며, 해지환급금은 최저보증이 되지 않는다는 설명 들으셨나요?	(최저보증 있는 변액보험) 이 상품은 예금자보호법의 보호 대상은 아니지만, 약관에서 최저 보증하는 보험금은 보호대상이며, 해지환급금은 최저보증이 되지 않는데 어떻게 설명 들으셨나요? <input type="checkbox"/> 해지환급금이 최저보증 되지 않는다고 설명 들었습니다.

질문항목	개정 前	개정 後
	<p>(최저보증 없는 변액보험) 이 상품은 예금자보호법의 보호 대상이 아니며, 기본연금액과 해지환급금은 최저보증이 되지 않는다는 설명 들으셨나요?</p>	<p><input type="checkbox"/> 해지환급금이 최저보증 된다고 설명 들었습니다. <input type="checkbox"/> 설명 듣지 못했습니다.</p> <p>(최저보증 없는 변액보험) 이 상품은 예금자보호법의 보호 대상이 아니며, 기본연금액과 해지환급금은 최저보증이 되지 않는다는 설명 들으셨나요?</p> <p><input type="checkbox"/> 기본연금액과 해지환급금이 보증된다고 설명 들었습니다. <input type="checkbox"/> 기본연금액과 해지환급금이 보증되지 않는다고 설명 들었습니다. <input type="checkbox"/> 기본연금액은 보증되지 않으나 해지환급금은 보증된다고 설명 들었습니다. <input type="checkbox"/> 설명 듣지 못했습니다.</p>
<p>사업비 차감사실</p>	<p>납입하신 보험료 전부를 펀드에 투자한다고 하던가요? 보험료 중 계약관리비용, 위험보험료 등을 빼고 펀드에 투자한다고 하던가요?</p>	<p>납입하신 보험료 전부를 펀드에 투자한다고 설명 들으셨나요? 아니면 보험료 중 계약관리비용, 위험보험료 등을 차감하고 펀드에 투자한다고 설명 들으셨나요?</p> <p><input type="checkbox"/> 차감한 후 펀드에 투자된다고 설명 들었습니다. <input type="checkbox"/> 납입보험료 전체가 투자된다고 설명 들었습니다. <input type="checkbox"/> 설명 듣지 못했습니다.</p>
<p>보험금 변동가능성</p>	<p>받게 되실 보험금이나 해지환급금이 확정된 금액을 받게 된다고 하던가요? 펀드 운용실적에 따라 줄어들 수도 있다고 하던가요?</p>	<p>지금 보험금이나 해지환급금이 확정된 금액으로 지급된다고 설명 들으셨나요? 아니면 펀드 운용실적에 따라 줄어들 수도 있다고 들으셨나요?</p> <p><input type="checkbox"/> 확정된 금액으로 지급된다고 설명 들었습니다. <input type="checkbox"/> 펀드 운용실적에 따라 줄어들 수도 있다고 설명 들었습니다. <input type="checkbox"/> 설명 듣지 못했습니다.</p>

□ 저축성 보험

질문항목	개정 前	개정 後
<p>사업비 차감사실 및 사업비 수준</p>	<p>고객님이 내신 보험료 중에서 사업비를 뺀 금액이 적립되는데, 이 상품은 0년이 경과할 때까지 내신 보험료의 xx%가 차감됩니다. 설계사에게 이 내용을 들으셨나요? ☞ 7년 이후에도 납입보험료의 일부는 지속적으로 사업비로 차감됩니다. 자세한 내용은 약관을 확인해주시기 바랍니다.</p>	<p>납입하신 보험료 중에서 계약체결 및 관리비용 등(사업비)을 제외한 금액이 적립되는데, 가입하신 상품은 0년이 경과할 때까지 0%가 차감됩니다. 설계사로부터 이 내용을 어떻게 설명 들으셨나요? <input type="checkbox"/> 0년 경과할 때까지 0%가 차감됨을 설명 들었습니다. <input type="checkbox"/> 납입보험료가 모두 적립된다고 들었습니다. <input type="checkbox"/> 설명 듣지 못했습니다.</p>
<p>적용이율 및 원금도달기간</p>	<p>(일반 저축성보험) 가입하신 상품의 공시이율은 현재 00%이고 매달 변동되는데요 현재 이율로 적용했을 때 원금 손실을 안 보려면 몇 년 정도 유지해야 한다고 하던가요?</p>	<p>(일반 저축성보험) 가입하신 상품의 공시이율은 현재 00%이고 매달 변동됩니다. 현재 공시이율 적용시 몇 년 정도 유지하셔야 해지환급금이 원금에 도달한다고 설명 들으셨나요? <input type="checkbox"/> 9년 <input type="checkbox"/> 11년 <input type="checkbox"/> 13년 <input type="checkbox"/> 설명 듣지 못했습니다.</p>
<p>해지환급금</p>	<p>중도해지시 환급금이 내신 보험료보다 적을 수 있다는 내용을 들으셨나요?</p>	<p>보험계약을 조기에 중도해지하실 경우, 해지환급금은 납입한 보험료보다 적을 수 있다는 내용을 설명 들으셨나요? <input type="checkbox"/> 중도해지시 원금손실이 발생할 수 있음을 설명 들었습니다. <input type="checkbox"/> 언제든지 원금손실이 없다고 설명 들었습니다. <input type="checkbox"/> 설명 듣지 못했습니다.</p>

[ 정책목표 ]

비대면·디지털 모집규제 개선



# 보험!

소비자  
보호 

모집과정의  
효율성 

더 정확하고



더 빠르고



더 안전하게



더 편리하게



# 대면 보험설계사도 소비자를 직접 만나지 않고 전화로 설명할 수 있습니다!

## 기존

대면 모집 보험설계사의 경우,  
1회 이상 소비자를 만나서  
보험계약 중요내용 설명



## 개선

코로나19 및 비대면 문화 확산 등을 고려,  
보험설계사가 소비자를 **직접 만나지 않고**  
**전화로 설명**할 수 있도록 규제 개선



※ 「코로나19 대응을 위한 금융규제 유연화 방안」으로 시행한 후,  
‘21.3.25. 시행된 금융소비자보호법에 제도적으로 반영



# 전화로 보험 계약내용 설명 시 음성봇(AI)이 정확한 발음으로 설명합니다! 보험설계사는 소비자 질의에 즉시 응대합니다!

**기존**

보험설계사가 상품설명대본에 있는 내용을  
전화를 통해 육성으로 빠르게 설명



**개선**

- ① 음성봇(AI)이 균일한 속도 및 정확한 발음으로 설명(속도·음량도 조절)
- ② 보험설계사는 추가질의 및 상세설명에 집중 ▶ 실질적 소비자 보호
- ※ 전화 등 음성통화를 통한 완전판매모니터링(해피콜)도 동일 적용

**[소비자]**



**[설계사]**



# 전화로 상품설명 청약서류 작성은 모바일로

## “하이브리드 모집”이 허용됩니다!

※ 현재, TM(전화) 보험상품 판매 시, 3단계 절차로 설명 및 동의 진행

1단계	2단계	3단계
단순 상품안내·권유	중요사항 설명 (표준스크립트)	개인정보 동의 등 각종서류 서명 및 확인
고객님께 ○○상품을 설명드리려고 하는데, 지금 시간이 괜찮으신지요?	문의하신 보험의 보험료는 ○○○원이며, ...	보험가입등을 위해 개인정보 수집 및 활용에 동의하십니까?

**기존**

위의 3단계 절차 전 과정을 전화로 설명·녹취·보관

▶ 장시간 소요(1건당 대략 30~40분)

**[소비자]**

- ① 장시간 전화설명에 따른 집중력·이해도 저하
- ② 설명을 듣고 숙고 없이 보험가입 결정



**[설계사]**  
장시간 설명으로 인한 전달효율성 저하로 피로도 및 민원 발생 가능성 증가

**개선**

각종서류 서명 및 확인 등은 모바일 방식으로 진행

▶ 설명시간 5~9분 단축(20% 이상 ↓)

**[소비자]**

- ① 설명청취 집중력 제고 및 이해도 향상
- ② 편한 시간에 서류작성 및 보험가입 결정 (보험가입 전 계약내용 재확인 가능)



**[설계사]**  
설명 전달효율성 증가 및 불필요한 민원감소

# ‘온라인 해피콜 운영’ 보험상품 제한이 폐지되며 질문방식이 개선됩니다!

## 기존

① 변액, 저축성, TM실손 등  
특정 보험상품은 전화를  
통한 해피콜로만 진행



② 질의시간 감축을 위한  
질문 및 Y/N 위주 답변으로  
오답 빈발 및 민원 발생



## 개선

① 변액, 저축성, TM실손 등  
**특정 보험상품도 온라인**  
해피콜 가능(고령자 제외)



② 해피콜 실효성을 높이기 위해  
주요사항에 대한 답변을  
Y/N에서 3~4지선다로 변경



## 6 화상통화를 통한 보험모집

비대면·디지털 모집규제 개선



# 화상 통화로 계약내용을 직접 확인하고 설명을 들을 수 있습니다!

기존

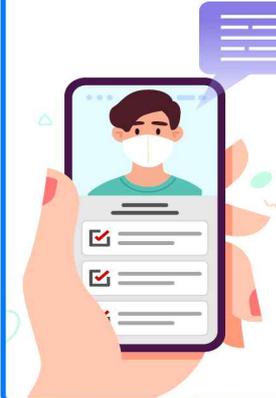


소비자를 직접 만나는 방식은  
코로나19 등 어려움이 있고

전화만으로는  
장시간 청각에만 의존해야 되는 불편



개선



소비자 및 보험설계사간  
실시간 화상통화를 통해 보험가입

▶ 인택트로 계약내용을  
보면서 설명·정리



※ 구체적인 화상통화 방법은 보험업계와 협의하여 상반기 중 모범규준 마련 예정



본 자료를 인용 보도  
할 경우 출처를 표기  
해 주십시오.  
<http://www.fsc.go.kr>

금융위원회 대 변 인  
prfsc@korea.kr



“혁신금융, 더 많은 기회 함께하는 성장”