

보도시점 2023. 4. 7.(금) 조간 배포 2023. 4. 6.(목) 08:00

많은 국민들이 가입하는 보험, 플랫폼에서 비교·추천받을 수 있습니다.

- 자신에게 적합한 보험을 저렴한 가격에 가입 가능
- 보험산업의 디지털화와 경쟁 촉진 기대
- 설계사 등 기존 모집채널과 조화롭게 경쟁 가능한 보완장치 마련

금융위원회는 보험 소비자의 편익을 제고하고 보험업권의 경쟁을 촉진하기 위해 ‘플랫폼의 보험상품 취급 시범운영 방안’을 마련하였다. 이르면 연말부터 소비자는 플랫폼을 통해 여러 보험회사의 온라인 보험상품을 한눈에 비교하고, 본인에게 가장 적합한 상품을 추천받아 보험사 홈페이지에서 간편하게 가입할 수 있다. 국민 대다수가 가입하는 실손보험(가입자 약 4,000만명), 자동차보험(가입 약 2,500만대) 등 일상생활과 밀접한 보험을 플랫폼 비교·추천을 통해 저렴하게 가입할 수 있을 것으로 기대된다.

이는 2022년 8월23일 제2차 금융규제혁신회의 이후 발표한 ‘플랫폼의 보험상품 취급 시범운영방안’의 후속 조치로 이해관계자 의견수렴, 제7차 금융규제혁신회의를 거쳐 내용이 확정되었다. 플랫폼이란 마이데이터사업자, 전자금융업자와 같은 비금융회사(예: OO페이)를 말한다. 보험업법은 보험회사 임·직원, 보험대리점, 보험설계사만 모집행위를 허용하고 있어 이들 플랫폼 회사가 보험상품 비교·추천을 하기 위해서는 혁신금융서비스 지정이 필요하다.

<보험상품 비교·추천서비스 (예시)>

01. 다양한 정보를 연동하여 분석

02. 맞춤형 보험 상품을 비교·추천

보험회사	월 납입 보험료
A사	58,514원
B사	62,123원
C사	65,981원
D사	74,981원

Checklist: ☒ 보장범위, ☒ 가입금액, ☒ 납입기간, ☒ 지급기준

03. 보험회사로 연결하여 상품 가입

플랫폼의 보험상품 취급이 보험회사, 보험설계사에 미치는 영향이 큰 만큼 이해관계자별 입장이 복잡다기한 상황이었다. 이에 금융위원회는 세부방안 마련 과정에서 폭넓은 이해관계자 의견수렴을 진행하였다. 금융감독원, 생명보험협회, 손해보험협회, 보험대리점협회, 핀테크산업협회, 한국소비자연맹, 보험연구원 등 다양한 이해관계자가 모두 참여하는 실무 TF를 구성하였다. 이를 통해 작년 9월부터 올해 3월까지 전체회의 6차례, 이해관계자별 릴레이 간담회도 10차례 이상 진행하였다.

초기에는 주요 논의사항 중 개인보험대리점 취급비중이 높은 자동차보험 허용여부, 수수료 한도 등에 대한 입장이 가장 첨예하게 대립하였다. 그러나 논의과정을 거치면서 소비자 편익을 최우선으로 하되 모집채널 영향, 불공정 경쟁 우려를 최소화하는 시범운영 방향에 공감대를 형성하게 되었다. 이에 따라, 금융위원회는 이해관계자 협의내용을 바탕으로 이번 방안을 확정하였다.

금번 방안은 플랫폼 특성을 고려한 모집역할 설정, 소비자 보호를 위한 맞춤형 규제 마련, 공정경쟁 활성화를 위한 질서확립이라는 3개의 추진 방향을 큰 축으로 하였다.

<플랫폼의 보험상품 취급 시범운영 주요방안>

추진방향	세부방안
1. 플랫폼 특성을 고려한 모집역할 설정	<ul style="list-style-type: none"> ① (업무범위) 모집단계 중 비교·추천만 허용 ② (상품유형) 온라인(CM)상품만 허용 ③ (상품범위) 단기, 자동차, 실손, 저축성보험 허용
2. 소비자 보호를 위한 맞춤형 규제 마련	<ul style="list-style-type: none"> ① (알고리즘 검증) 공정성 사전검증 및 투명성 제고 ② (영업보증금) 계약체결 실적에 비례한 최저한도 설정 ③ (정보 보호) 비교·추천 외 정보활용·제공 제한 ④ (수수료 제한) 대면채널 대비 수수료 수준 제한
3. 공정경쟁 활성화를 위한 질서 확립	<ul style="list-style-type: none"> ① (특정사 편중 방지) 정당한 사유 없이 제휴 거절 금지 ② (우월적 지위 남용 방지) 특혜제공 등 불공정 행위 금지

<업무범위 제한>

플랫폼이 데이터 분석 등 소비자 편익을 극대화하면서 기존 보험 모집 채널과 조화롭게 경쟁할 수 있도록 하였다. 플랫폼의 업무범위는 전체 모집 단계 중 보험상품을 비교·추천하여 보험회사에 연결해주는 업무로 제한된다.

<상품범위 설정>

또한, 온라인에서 간편한 보험가입을 원하는 플랫폼 소비자의 특성, 보험 설계사 등 기존 모집채널 영향, 상품 특성 등을 종합 고려하여 온라인 상품(CM)만 비교·추천을 허용한다. 대면설명이나 전화설명이 필요한 상품은 금번 허용대상에서 제외하여 보험설계사와 보험대리점 등 기존 판매채널 영향을 최소화하였다.

구체적으로 온라인 상품 중 많은 국민이 가입하고 비교 가능성이 높은 단기보험(예: 여행자·화재보험), 자동차보험, 실손보험, 저축성보험(연금 제외)이 허용된다. 또한, 펫보험, 신용생명보험 등 향후 시장 확대 가능성이 높은 상품도 허용대상에 포함되었다. 다만, 상품구조가 복잡하여 불완전판매 우려가 있는 건강보험 등은 제외하였다.

<소비자 보호방안>

데이터와 기술을 활용하는 플랫폼 특성을 고려하여 소비자 보호가 빈틈 없이 이루어질 수 있도록 맞춤형 규제체계도 마련하였다. 플랫폼의 비교·추천과정에서 핵심적인 역할을 하는 알고리즘이 공정하고 투명하게 운영될 수 있도록 코스콤 등 전문기관이 알고리즘의 적정성을 사전검증하고, 소비자가 비교·추천에 영향을 미치는 요인을 충분히 이해할 수 있도록 플랫폼이 알고리즘 주요사항을 소비자에게 안내토록 하였다.

비교·추천과정에서 가공된 정보를 비교·추천 목적 외에 활용·제공하는 행위도 제한하였다. 비교추천 서비스를 통해 수집된 개인정보 보호를 두텁게 하고 플랫폼과 기존 모집채널 간의 공정한 경쟁이 이루어질 수 있도록 하였다. 예를 들어 플랫폼이 비교·추천한 결과를 보험대리점에 제공하여 모집에 활용토록 하는 행위를 금지하였다. 플랫폼이 보험회사로부터 수취하는 수수료가 보험료에 전가되는 것을 최소화하기 위해 수수료 한도도 설정하였다. 예를 들어, 자동차 보험의 보험료 대비 수수료 한도는 4%대로 제한된다.

<불공정경쟁 방지방안>

플랫폼이 보험산업의 경쟁과 혁신을 촉진하여 공정경쟁 질서를 확립하기 위한 방안도 마련하였다. 플랫폼이 정당한 사유 없이 보험회사의 제휴요청을 거절하지 못하도록 하였고, 중요사항 발생시 플랫폼이 충분한 기간을 두고 보험회사에 사전통지토록 할 예정이다.

플랫폼이 우월적 지위를 활용하여 보험회사에 부당한 행위를 요구하는 것도 금지한다. 또한, 보험회사가 플랫폼에 제공하는 수수료를 투명화하기 위해 보험회사와 플랫폼간 위탁계약서에 수수료 부과방식을 명확히 기재토록 하고 계약서 외에 추가 수수료 등을 요구하는 행위도 금지할 예정이다.

<향후 추진일정>

금융위원회는 금번 발표내용을 바탕으로 신속히 혁신금융서비스 심사·지정을 추진할 계획이다. 4월중 혁신금융서비스 신청서 접수, 6월중 혁신금융서비스를 지정할 예정이다. 소비자들은 빠르면 연말 또는 내년초 플랫폼을 통해 보험상품 비교·추천서비스를 이용할 수 있을 것으로 예상된다. 금융위원회는 시범운영 기간 동안 모집시장 영향, 소비자 보호 및 공정경쟁 영향 등 운영경과를 충분히 분석하여 제도개선방향을 검토할 계획이다. 이와는 별도로 모집채널과 관련하여 다양한 제도개선 방향도 보험업권, 보험대리점, 보험설계사, 플랫폼업계 등 이해관계자들과 계속 논의해나갈 계획이다.

※ (별첨) 플랫폼의 보험상품 취급 시범운영 세부방안

담당 부서	금융위원회 보험과	책임자	과 장	신상훈 (02-2100-2960)
		담당자	사무관	권진웅 (02-2100-2945)
	금융감독원 보험감독국	책임자	국 장	문형진 (02-3145-7460)
		담당자	팀 장	김성환 (02-3145-7474)



1. 플랫폼이 취급 가능한 구체적인 상품범위는 어떻게 되는지?

- 많은 국민들이 가입하는 실손보험(가입자 4,000만명, 연보험료 13조원), 자동차보험(가입 2,500만대, 연보험료 21조원), 단기보험(여행자·화재보험), 저축성보험(연금 제외) 등 일상생활과 밀접한 보험 위주로 허용하였음
- 다만, 상품구조가 복잡하여 불완전판매 등 소비자 피해우려가 있는 종신보험, 건강보험, 변액보험 등은 제외하였음
- 또한, 설계사 등 기존 모집채널 영향 등을 고려하여 대면판매상품, 전화판매(TM)상품도 제외하였음

2. 대면판매상품, 전화판매(TM)상품을 제외하고 온라인판매(CM) 보험상품만 비교 · 추천을 허용한 이유는?

- ①플랫폼 이용 소비자의 특성, ②기존 모집채널 영향, ③상품 특성 측면을 종합 고려하여 온라인(CM)상품만 비교·추천을 허용.
- 대면 설명, 전화통화 등 추가절차가 불필요하므로 온라인 비교·추천을 통해 간편하게 보험 가입을 원하는 소비자의 니즈에 부합
- 온라인(CM)상품은 소비자가 설계사·보험대리점을 거치지 않고 직접 가입하므로 대면·전화(TM)상품 대비 기존 모집채널 영향 최소화
- 대면·전화상품의 경우 온라인(CM)상품보다 상품구조가 상대적으로 복잡하여 비교·추천 적합성이 높지 않은 측면

3. 플랫폼의 비교추천 수수료가 보험료로 전가되는 경우 소비자 부담이 커지는 것 아닌지?

- 플랫폼을 통한 정보 비대칭성 해소, 모집비용 절감, 가격경쟁 활성화를 통해 소비자의 보험료 부담이 완화될 것으로 기대됨
 - 복잡하고 정보 비대칭성이 높은 보험상품의 비교·추천을 통해 소비자가 필요한 보장 대비 가장 저렴한 보험을 찾아 가입 가능
 - 사업비 비중이 낮은 온라인 채널과 가격이 상대적으로 저렴한 중소형 보험사 상품의 판매도 활성화될 것으로 기대
- 또한, 비교추천수수료가 보험료로 전가되는 것을 최소화하기 위해 수수료 한도 설정 등 보완방안도 마련하였음

4. 향후 보험상품 비교·추천서비스 출시는 언제 되는 것인지?

- 올해 2분기 중 혁신금융서비스 지정 후에도 보험사의 상품개발, 플랫폼의 전산구축 등이 필요하여 빠르면 올해말부터 서비스 출시가 가능할 것으로 예상됨
 - 예·적금 비교추천 서비스의 경우 혁신금융서비스 지정 후 서비스 출시까지 약 6개월이 소요되었으며, 보험상품의 경우 상품구조가 복잡한 만큼 좀 더 시간이 소요될 수 있음
- ※ 금융결제원을 중심으로 전산개발이 이루어지는 대환대출 플랫폼과 달리 개별 플랫폼의 전산개발이 필요