

## 2020년 보험업 경쟁도 평가 1차 회의 주요 코멘트

일시: 2020. 11. 25

### □ 한기정 위원장

- 보험산업은 과거 집중시장이었으나 현재 채널다각화 등으로 경쟁 시장으로 전환됨
- 향후 4 가지 요소에 대한 검토가 필요함
  - \* 설계사 수수료 이슈
  - \* 소액보험 설명의무 완화
  - \* 일반보험시장 집중으로 온라인보험회사를 허용하였으며 앞으로도 전향적으로 허용 필요
  - \* 자동차보험 시장집중은 향후 고착이 강화될 것으로 예상되며, 하위사에 대한 정책 지원 필요

### □ 전상경 위원

- 현재의 4차 산업혁명은 전통적 방식의 경쟁도 분석결과의 유용성을 크게 약화시켰음. 4차 산업혁명이 금융 vs. 비금융, 그리고 금융업 권별 구분의 유용성을 퇴색시킨 현 상황에서 보험 상품별 경쟁도 분석의 유용성은 제한적임. 또한 보험업 기존 주체를 과도하게 엄두에 둔 정책은 한국의 4차 산업혁명의 잠재력을 훼손시킬 수 있음. 보험에 대해 테슬라, 아마존, 구글 등의 기업들이 시도하는 움직임을 주시할 필요가 있음. 판매 측면보다는 새로운 수요창출이 가능한 상품개발을 지원하는 것이 금융정책의 중요한 관점이 되어야 함. 새로운 보험수요 창출의 관점에서 산업을 조망하는 접근이 요구
  - \* 시장참여자 특히 IT기업의 시각에서 시장접근 필요
- IT기업의 시장 참여를 금융정책이 막고 있는 것은 아닌가에 대해 고민할 필요
  - \* IT 기업을 이끌 수 있도록 금융역량을 발휘할 시점임

□ 이수진 위원

○ 무엇을 그리고 누구를 위한 경쟁도 평가인지 고민 필요

\* 소액단기보험모집인 제도 도입, 벤처투자 활성화 등 현재 제시된 정책 방안은 소비자 후생 증진을 위한 제고 방안이기 보다는 보험업 발전을 위한 경쟁도 평가 및 정책 방안의 제시로 여겨짐

\* 현재 제기되는 보험업의 문제 - 설계사/대리점의 낮은 전문성과 과잉구매 유도, 복잡한 상품구조에 따른 소비자 이해 부족, 소비자의 낮은 만족도와 보험상품의 낮은 경쟁력 - 가 업권의 경쟁의 과다 혹은 부족(높은 진입장벽)에서 비롯하는 것인지, 진입장벽을 변화시키면 이러한 문제가 해소될 수 있을 것인지에 대한 고민이 경쟁도 평가에 선행되어야 함

○ 보험사가 제공하는 상품의 시장확정을 좀 더 넓게 볼 필요

\* 약관대출 등은 타 금융업권이 제공하는 유사한 대출 상품과 비교할 필요

○ 마이데이터 등 테크기업의 금융업 진출이 활발해지면서 Underwriting, 마케팅 및 판매 등 보험업의 가치사슬(value chain) 분리가 가속화 될 것으로 보여 경쟁도 분석시 이를 반영할 필요.

\* 마이데이터를 신청한 사업자의 사업모델은 주로 건강보험의 광고 혹은 중개수수료 취득임

\* 이에 따라, 은행, 증권사의 변액보험 시장 진출, 1사1라이선스 인가정책의 검토전 underwriting 마케팅 및 판매 등 가치사슬 각 단계의 경쟁도를 따로 측정, 평가할 필요

○ 위와 같이, 엄밀하게 경쟁도 평가를 하기 위해서는 필요한 데이터를 제공 받을 수 있어야 하기에 감독당국의 도움이 필요

○ 또한, 소비자 보호 및 소비자 후생 증진의 측면에서 소액단기보험모집인 제도 도입, 소액상품 비대면 채널 판매시 설명의무 완화에 대해서는 신중할 필요

\* 현재 보험업의 문제 중 하나는 보험설계사 위주의 영업인데, 소액단기보험모집인 제도 도입시 보험모집 단계에서 과다한 경쟁이 유발되어 문제가 심화될 수 있음

\* 보험 상품에 대한 간단 명료한 설명을 소비자에게 제공하는 것과 설명의무완화는 다른 것으로, 전자에 대한 강화 조치가 먼저 이루어져야 함

□ 최현경 위원

- 보험시장은 융합화 과정 중이므로 시장 확정에 대한 고민 필요
- 경쟁을 평가하기 위해 기업 이윤 특히 종목별 이윤에 대한 검토 필요

□ 이효경 위원

- 금융과 비금융의 경계가 모호해짐에 따라 금융시장은 금융과 비금융 (빅테크)의 협조와 경쟁체제로 전환되고 있어 시장 모니터링 강화 필요
- 빅테크와 경쟁할 수 있는 플랫폼 개발 관련 제도 개선 필요
  - \* 빅테크 기업이 일부 소극적으로 개방하는 경우가 많아 금융업자들도 빅테크 기업 정보에 접근할 수 있도록 하는 토대가 이루어져야 할 것으로 생각함

□ 여은정 위원

- 시장확정의 모호함이나 시장구조 지표의 한계 등을 감안할 때, 기존의 분석틀과 함께 소비자 효용증진, 기업이윤 증대 등의 관점이 함께 고려될 필요가 있음
- 모바일 구매 시 과다 구매의 가능성이 존재할 수 있음
- 소비자 피해 최소화를 위해 고지의무에 대한 검토 필요
- 소액단기보험회사 진입이 전체 보험산업의 수익성 개선에는 도움이 되지 않을 것으로 예상됨

□ 이기영 위원

- 금융업 내 경쟁이 격화될 경우, 과도한 위험추구 행위를 부추겨 금융안정성이 저해되는 역효과를 고려할 필요가 있음
- 빅 블러 시대에서 오픈 뱅킹과 핀테크 등의 신사업을 추진하는 기업에 정보 제공을 주저하는 금융소비자의 후생이 저하될 가능성을 고려하여 경쟁 정책을 설계할 필요
- 보험업의 경우, 현재 IFRS 17 및 K-ICS 도입에 따른 업계 전체의 불확실성을 고려하여 경쟁도 강화를 신중하게 고려할 필요

☐ 윤민섭 위원

- 경쟁도 평가 시 채널에 대한 분석이 필요함
  - \* 계약건수나 금액기준 평가만으로는 미흡함
- 신규기업 진입이 소비자에게 도움이 되는지 우선 검토 필요
  - \* 보험산업의 안정성이 소비자에게 우선 필요한 사항
- 소액단기 보험에 대해서는 설명의무 완화 필요

☐ 오광욱 위원

- 거시적 시장 환경을 고려한 시장 진입 정책 필요
  - \* 변액보험, 퇴직보험의 수익성이 악화되고 있어 노후자산을 위한 신규회사의 시장진입이 녹록치 않음
- 소비자 후생 증진 측면에서 경쟁도 평가 필요
- 투자자를 유인할 수 있는 보험산업의 장점이 무엇인지 고민 필요
- 대형사 중심의 경쟁체제에서 소액단기보험회사 시장 진입을 유인할 장치 필요
  - \* 벤처캐피탈사가 자본을 공급할 수 있도록 제도적 장치 검토

☐ 조혜진 위원

- 디지털화로 인해 소비자 계층이 양극화 될 것으로 예상되므로 이에 대한 대책 필요
- 설명의무 완화 등은 소비자 보호차원에서 검토

☐ 조성진 위원

- 시장경쟁을 평가할 수 있는 보험회사 이윤 등에 대한 분석이 필요
- HHI 지수 이외에 금융산업에서 최근 많이 사용하는 H 통계량 등을 이용해보는 것도 필요함

☐ 하정립 위원

- 혁신적인 기술을 가진 우수인력들이 규제가 많은 보험산업에 들어오고 싶어 하지 않을 수 있음
  - \* 이로 인하여 시장 경쟁에 혁신이 일어나지 않음
- 벤처캐피탈이 보험산업에 들어올 수 있도록 제도적 지원 필요

# 2020년 보험업 경쟁도 평가 2차 회의 주요 코멘트

일시: 2021. 1. 14

## 1. [안전1 : 제1차 회의 논의사항 반영결과] 관련

### □ 오광욱 위원

- 보험시장의 경쟁도를 높이는 정책은 소비자 후생이 증가하는 등  
순기능이 있으나, 보험산업 자체의 경쟁력 확보에 대한 논의도 필요  
하다고 생각함
  - \* 국내 보험산업은 규모로는 전세계 10위권 이내임에도 불구하고, 보험회  
사의 해외진출, 해외수익 비중 등은 미비
  - \* 경쟁력 강화를 위해 신흥국 진출을 확대하고, 보험산업의 국제경쟁력을  
높이는 방안도 고민이 필요
  - \* 국내 보험시장의 파이 안에서만 생각할 것이 아니라, 보험산업 전체의  
파이를 키워나가는 부분에 대한 정책도 고민할 시점

### □ 이수진 위원

- 첫 번째 회의 코멘트는 많이 반영되었고, 두 번째 안전의 정책 시사점에  
대해서도 대부분 동의 동의하지만, 여전히 부족한 부분도 있음
- 다만, 미래 금융산업의 변화(제조와 판매의 분리, 금융 권역간 경계가  
흐려지는 현상 등)를 고려하면 현행 업권별 경쟁도 평가는 한계가  
있어, 향후 경쟁도 평가시 시장을 상품별로 획정하는 방향으로 평가  
체계를 변경할 필요
  - \* 현재 보고서에서는 상해 질병보험, 저축성 보험 상품의 경우 생보, 손보사  
모두가 판매하고 있으나 현재는 공급사별로 분리되어 경쟁도가 평가되고  
있음.
  - \* 또한, 대출상품은 은행, 저축은행, 보험, 상호금융 등 다양한 업권이 공통  
으로 취급하는 상품이므로 권역별 경쟁도의 의미가 약화

- \* 따라서, ‘유사한것들끼리의 비교’라는 경쟁도 평가의 원칙을 반영하여 금융권역이 아닌 상품특성별로 경쟁도를 분석할 필요
- \* 특히, 제조/판매 분리라는 금융산업 흐름을 감안할 때 상품별로 시장을 획정하고 경쟁도를 평가해야 향후에도 동일한 체계로 경쟁도를 평가하고 이에 맞는 정책을 수립할 수 있을 것임
- 아울러, 금융산업 경쟁도를 정확히 평가하기 위해서는 현재와 같이 소비자만족도 조사 활용 등 정성적 평가에 기대기 보다는 다양한 경쟁 측정 지표를 활용하여 정량적이고 엄밀한 분석 위주로 전환할 필요
  - \* 현재 정량 분석 파트에서 사용되고 있는 지표들은 집중도 지표일 뿐이고 경쟁도 지표가 아님.
  - \* 상품별 경쟁도 평가를 위해서는 Boone 지수, competition efficiency frontier 등 경쟁도가 mark-up에 미치는 영향을 보는 다양한 지표들을 활용해야 함.
  - \* 이러한 마크업을 측정하기 위해서는 상품별 비용과 수익에 대한 데이터가 있어야 하는데 현재 대부분의 경우 이용 가능하지 않으므로 앞으로 관련 데이터를 수집하여 정확한 경쟁도 평가를 수행할 필요

#### □ 여은정 위원

- 본문에 언급한 대로 보험상품별 보험사 점유율과 판매채널별 점유율은 당연히 구분되어야 하지만, 플랫폼 기업이 어떠한 역할을 할지는 보다 고민이 필요
- 예를 들어, 본문에서는 빅테크 플랫폼이 또 다른 판매채널로서 역할을 하는 것으로 간주하고 있는데, 판매채널을 대체하여 빅테크 플랫폼이 보험상품을 유통시키는 것이 아니라 판매 단계에서 소비자-판매채널 간 매칭 플랫폼의 역할을 할 수도 있을 것임
  - 이 경우 이미 산업분야에서 관찰된 빅테크 플랫폼의 긍정적 효과와 부정적 효과가 보험산업에도 그대로 적용될 수 있을 것이다. 이는 단기적인 문제는 아니며, 시간을 두고 추이를 살펴보면서 적절한 정책적 대응을 하는 것이 바람직하다고 판단

## 2. [안전2 : 소비자 측면의 경쟁요인 분석] 관련

### □ 오광욱 위원

- 보험산업은 인구통계학적 관점에서 각 세대별로 보험상품에 대한 수요(Needs)가 달라질 수 있음
  - \* 예컨대, 종신 등 보장범위가 넓고 고가(高價)의 보험은 가처분 소득이 형성된 중장년층의 니즈에 맞는 반면, 소액 단기보험은 청년층의 니즈에 부합되는 상품
  - \* 따라서, 이러한 연령별 니즈를 고려한 보험정책 마련이 필요
- 단기소액보험이 도입되고, 플랫폼 기반의 보험서비스가 확장되면 젊은 층의 보험 접근성이 높아질 것으로 예상
  - \* 다만, 그 과정에서 과도한 경쟁이나 시장 질서를 저해하는 행위가 나타나고 그에 따른 소비자 후생손실이 있을 수 있는 만큼, 이를 적절히 규제하는 통제장치 마련이 필요

### □ 전상경 위원

- 회의 논의의 방향을 보험산업 발전, 혹은 신규진입 타당성 평가로 설정하는 것을 검토해 보기를 부탁 드림
- 어떤 산업이든, 유통이 제조보다 우위에 있는 경우, 다양한 부작용이 나타날 수 있으며, 보험산업이 대표적으로 판매채널이 보험상품 설계보다 더 큰 영향을 미치는 산업임
  - \* 보험산업은 이러한 판매채널 우위 시장구조 속에서 나쁜 균형에 있는 상황인데, 결국 진입정책·규제개선은 그 나쁜 균형을 좋은 균형으로 옮기는 것을 목표로 해야 할 것임
- 아울러, 영국 사례 등을 볼때, 소비자 효용을 높이기 위한 다양한 정책과 제도개선을 추진할 필요가 있다고 생각
  - \* 시장의 수요는 새로운 혁신적 상품과 서비스가 나올 때, 창출되는 특성도 지니고 있음. 그러므로 static analysis만을 강조한다면 이러한 새로운 보험 수요의 창출을 반영하기는 어려움
  - \* 따라서, 금융당국이 다양한 상품·서비스 혁신을 통해 소비자 효용이 높이기 위한 정책방향을 지속 제시해야 함

□ 이수진 위원

- Lock-in 효과에 대해 문맥상 잘못된 부분은 서면으로 코멘트 하겠음

□ 최현경 위원

- 보험산업의 글로벌 경쟁력을 높여서, 산업의 파이를 키우기 위한 정책 방향을 고민할 필요
  - \* 국내 보험시장이라는 파이를 공정하게 나누어 갖는 것도 중요하지만, 보험산업의 외연을 넓히는 정책이 병행될 필요
- 대형 보험사와 중소형 보험사의 영업 전략이 다를 수 있고, 회사별 규모에 따라 다른 접근이 필요할 것으로 생각

□ 이효경 위원

- 우리 금융업 체계는 권역별 상품·서비스 칸막이로 인해 소비자편익 관점에서 한계가 있는 것이 사실
  - \* “동일기능, 동일규제” 관점에서 권역별 상품·서비스 제한이라는 규제의 틀을 과감하게 개선해나가는 것도 고민 필요
- 정책시사점에 공감하며, 향후 판매채널 집중·독점화가 나타날 수 있고, 그에 따른 시장지배력 남용, 보험료 상승 등 부작용이 나타날 가능성이 크므로, 다양한 보완장치를 도입할 필요
- 향후, 보험산업 비전속 채널이 확대되면, 시장 전반의 경쟁이 높아질 것으로 예상
  - \* 다만, 그 과정에서 판매채널간 규제차익의 문제가 발생할 수 있고, 법적 책임소재 불명확에 따른 소비자 피해도 우려
  - \* 규제차익 해소, 고객보호 강화를 위한 규율체계 정비 필요
  - \* 특히, 온·오프라인 거래간 고객보호 수준이 차이가 없는 수준으로 영업 방식과 행위규율을 설계하는 것이 중요
  - \* 예를 들어, 비교사이트, 타깃 광고 등에 대한 적절한 규율 마련이 중요



□ 이기영 위원

- (의사진행 관련) 생산적인 논의를 위해 보험산업 경쟁도 평가의 안전을 더 구체적으로 구분할 필요가 있을 것으로 사료됨.
  - 현재 논의하고 있는 주제가 보험사의 경쟁력 제고를 유도하기 위한 정책제언이 필요한 것인지, 보험사와 보험판매업자의 시장지배력이 강화됨에 따른 소비자 보호 문제를 다루고자 함인지 불분명해 보임
  - 특히 불완전 판매 문제의 경우 발표된 자료만으로는 기존 보험사 간 경쟁 약화와 대형 보험사의 독과점 경향이 강화됨에 따라 나타난 현상인지, 아니면 보험상품의 제조와 판매가 분리되는 경향이 나타남에 따른 판매업자의 시장지배력 강화에 따른 결과인지 판단하기 어려움.
- 다만 발표자료의 주요 내용을 보면 불완전 판매 가능성의 확대에 따른 소비자 보호 관련 쟁점에 맞춰져 있는 것으로 보여 일반론적인 관점에서 해당 현안에 대한 의견을 제시하고자 함.
- 최근 보험 제조와 판매 채널이 분리되는 경향이 강화되는 상황에서 불완전 판매의 법적 책임을 부과하는 기준을 신중히 설정할 필요
- 보험의 제조와 판매 채널이 분리될 경우 불완전 판매에 따라 발생하는 소비자 피해의 배상 책임 소재를 산정하기 어려운 문제가 있음
  - 문제가 발생한 보험상품의 설계와 보상 기준의 허점에 의한 것인지 판매업체의 안내 부족에 따른 결과에 따른 피해인지 구분이 어려우며, 종류가 다양한 보험상품의 특성 상 배상 책임의 배분도 사례별로 명문화하기 어려운 문제가 있음.
  - 더욱이 공동배상의 책임을 법적으로 명문화할 경우 제조와 판매 중 시장지배력이 강한 부문에서 그렇지 못한 부문의 업체에 책임을 떠넘기는 사례가 발생할 수 있음.
- Coase's Theorem을 적용하여 제조와 판매 중 시장지배력이 강한 부문에 불완전 판매에 따르는 배상 책임을 일임하되 이로 인해 발생하는 비용이 제조사와 판매사 간 협상에 따라 내생적으로 결정되도록 유도하는 것을 한 가지 대안으로 생각할 수 있음.
  - 이러한 대안을 고려하기에 앞서 현재 보험의 제조·판매가 분리되는 경향에 따라 둘 중 어느 부문의 시장지배력이 상대적으로 확대되고 있으며 해당 부문 내에 독과점 구조가 형성되고 있는지 파악할 필요

□ 보험소비 행태에 대한 설문조사 결과를 볼 때 보험 업종과 유형 별로 불완전 판매에 따른 소비자 피해 가능성이 다르게 나타나는 것으로 보여 이에 대응하는 대책을 강구할 필요가 있음.

○ 보험계약의 만기가 짧고 계약조건이 단순하여 순편익의 계산이 용이한 유형의 보험일수록 불완전 판매의 여지가 감소하는 경향이 뚜렷하게 관측되는 것으로 나타남.

○ 따라서, 보험계약기간이 길고, 보험금 지급 사유가 발생하는 조건이 까다롭고, 다양한 보장조건이 혼합된 보험상품에 대한 소비자들의 인지도를 높일 수 있는 대책을 강구해야 한다는 취지에 동의함.

－ 다만 보험 계약구조에 대한 공적 온라인 자문 시스템에 지나치게 의존할 경우 상대적으로 해당 시스템에 대한 접근성이 떨어지는 취약 소비자 계층이 접근성이 높은 계층에 간접적으로 교차 보조가 발생하는 요인으로 작용할 수 있어 주의를 기울일 필요가 있음.

○ 근본적으로 계약구조가 복잡하고 만기가 긴 보험상품에 대해서 제조사 및 판매사에 부과되는 불완전 판매에 따른 소비자 피해의 배상 책임이 강화될 필요

－ 보험계약에 대한 소비자의 이해를 향상시키기 위해 도입된 공적 안내 프로그램이 강화되고 제조사와 판매사의 위험 고지 의무만 강화될 경우 형식적인 안내와 고지만 이루어지고 실질적인 금융 소비자 보호가 도외시될 가능성이 있음.

#### □ 윤민섭 위원

○ 정책적 시사점에 동의하나, 이를 뒷받침 하는 데이터를 보완 필요

\* 판매채널 중 비전속 판매채널에 대한 판매책임을 강화하기 위해서는 비전속 판매채널이 어느 정도의 비중을 차지하고 있는지를 살펴볼 필요가 있으나, 이에 대한 데이터가 부족한 상황으로, 차후 연구에서는 판매채널에 대한 경쟁도 평가도 포함할 필요가 있음

○ 마이데이터, 플랫폼이 들어온다면 채널이 많은 변화가 예상

\* 3라운드에서는 “채널별로 각 채널이 어떤 상품을 독점하고 있는지 분석 필요”

○ 또한, 이번 보험산업 경쟁도평가에 있어서 재보험산업에 대한 경쟁도 평가는 포함되어 있지 않아, 이에 대한 보완 필요

- \* 보험가격 산정에 있어, 보험요율 뿐만 아니라 재보험료도 중요한 요소이고, 가격에 대한 사항은 결국 소비자의 선택에 영향을 주기 때문에 재보험산업의 경쟁도도 평가가 필요가 있음
- 소비자는 자신의 오류를 드러내지 않기 때문에, 설문조사 결과(11p)의 데이터 해석에 유의할 필요
  - \* 설문조사에서 ‘타사 비교가 귀찮아서’라는 설문이 있는데, 이는 소비자의 오류를 직접적으로 묻는 질문으로 소비자의 입장에서는 대답하기 어려운 질문임. 보험이 장기상품이라는 측면에서 살펴보면, 브랜드 신뢰, 서비스 만족 등은 ‘비교가 귀찮아서’에 답변하기 어려운 소비자가 선택한 답변일 수 있음
  - \* 동일 보험사 상품에 가입한 주된 이유 중 유의깊게 살펴보아야 할 데이터는 ‘설계사 추천’이 있는데, 이는 각 보험상품별 판매채널의 역할이 중요함을 알 수 있는 요소임
- 소액단기보험 도입이 필요한 중요한 이유를 보여주는 것이 자동차 보험이라고 생각함
  - \* 단순하고 소액인 보험은 소비자들이 손쉽게 비교하고 찾아볼 수 있는 만큼, 온디멘드 형태의 보험을 활성화하는 것이 경쟁을 통해 소비자 편익을 높이는 중요한 시사점이 될 수 있음

#### □ 하정립 위원

- 소액단기보험이나 미니보험이 플랫폼과 결합되면, 파괴적인 영향을 미칠 것으로 예상
  - \* 그러나 한편으로는 플랫폼에 종속될 우려도 존재
- 온라인상에서 티켓 예매를 할 때, 관련 보험도 함께 구입할 수 있도록 하는 사이트가 있음
  - \* 그러나 해당 보험이 어느 보험회사 상품인지 등 소비자의 보험상품 선택을 돕는 정보가 전혀 제공되지 않고 있음
- 현재 보험과 플랫폼이 결합 시 전혀 규제가 없는 것으로 파악되는데, 적절한 행위 준칙을 제시할 필요가 있음

□ 조성진 위원

- 경쟁도 평가에 있어서 가장 중요한 것 중의 하나가 시장획정인데, 엄밀한 시장획정이 이루어지 않은 측면이 있음
- 경쟁도 분석과 관련하여 최종보고서에 H-통계량 분석을 추가한다고 했는데, H-통계량은 상품별 분석에는 활용할 수 없음
  - \* 그리고 안전2 회의 자료의 2페이지에 CR1, CR3, CR5 개념 적용이 잘못 되었으므로 수정이 필요
- 플랫폼 사업자 관련 규제 관할권에 대한 고민이 필요함

□ 여은정 위원

- 우리나라는 보험개발원이 대부분의 경우 보험상품 개발에 주도적 역할을 하는 상황이며, 보험사 간 상품의 차별화가 거의 나타나지 않을 것이라 보지만, 이에 대해 확인이 필요함.
- 자동차 보험을 제외한 보험상품 전반에 판매자-소비자 사이의 정보 비대칭 및 전환 비용이 존재한다면, 이에 대해서 고민할 필요
  - 특히, 가입 단계에서는 경쟁적이라든가 일단 가입 후 보험회사는 소비자에 대해 독점적 서비스 공급자로서의 지위를 갖기 때문에, 소비자-보험사 간 분쟁 및 사후처리 관련 기록들을 정량화하고, 가입 이후에도 소비자-보험사 간 arm's length bargaining (동등 지위 협상) 유지 여부를 확인할 필요도 있다고 판단한다.

□ 조혜진 위원

- 공급측면 경쟁도 중 사업자 행위 측면을 보면, 현재 보험시장 변화는 기존 보험회사가 제조와 판매를 독점하던 시대에서 제조와 판매의 분리 및 판매채널 변화가 핵심
- 금융시장에서 플랫폼의 시장지배력을 유지하면서, 금융소비자 문제를 사전에 적절히 제어하기 위한 방안 모색 필요
  - GA 등 비전속 판매채널이 확대될 경우에, 불완전판매 및 보험료 상승과 계약유지관리 서비스 문제 등이 발생할 수 있으며, 이에 대한

- 책임소재가 불분명할 경우 소비자 문제와 금융민원이 더욱 확대될 수 있음. 따라서, 이에 대한 선제적인 보완책 마련이 우선되어야 할 것임
- 자동차 보험을 위시하여, 일부 보험상품에서는 온라인 보험 플랫폼이 이미 큰 시장점유율을 보이고 있는 만큼, 소비자 보호의 차원에서 플랫폼의 행위준칙과 영업방식에 대한 적절한 규제 필요

○ 수요측면 경쟁압력 및 소비자 보호측면을 살펴보면, 플랫폼 등 온라인 채널 활성화를 추진하면서 불완전판매와 금융소비자 문제를 사전에 적절히 제어하고 금융소비자를 보호하기 위해 중요 보험상품 정보에 대해 비교공시와 유사한 정보제공 가이드라인이 필요하며 이를 위해, 표준화 작업이 선행될 필요가 있음

○ 소액 단기보험업의 도입과 저비용/고효율의 장점을 가진 플랫폼 등 온라인 채널 활성화는 금융소비자에게 보험상품 선택의 폭의 확장 뿐 아니라, 보험계약시 적정성 원칙, 적합성 원칙에 부합하는 판매와 구매가 이루어질 수 있음

- 또한 필요한 보장만 선택하여 가입하는 온디맨드 보험상품, 맞춤형 보험상품이 활성화될 경우, 보험료 부담 절감과 효율적 측면에서 장점이 있을 수 있음

- 하지만, 보험상품의 복잡성, 전문성, 약관 및 상품과 보장내용의 이해가 어려운 점 등으로 타 금융상품보다 불완전판매와 민원이 높은 측면을 고려할 때, 소액단기보험 뿐만 아니라 고액장기보험과 소비자 요구도와 관여도가 높은 보험상품에 대해서는 지표와 정보 공시의 표준화 작업이 필요

- 영국처럼 이해하기 쉬운 지표 개발 또는 보험상품의 표준화 작업이 자리잡기에는 시간이 필요함

- 따라서, 보험상품비교사이트에서 가격 이외에 수수료, 민원건수, 핵심 보장내용, 서비스 등을 비교해서 제공할 수 있도록 가이드라인을 제공하고 이를 위반할 경우와 불완전판매에 대한 규제책이 마련되어야 할 것임

### 3. [안전3 : 헬스케어 활성화] 관련

#### □ 여은정 위원

- 단지 헬스케어 서비스 제공에 국한한다면, 직접 개인별 의료 데이터를 수집할 수 있는 IT 기업이나 대형병원과 제휴된 전문 헬스케어 기업들에 비해 보험회사가 더 높은 경쟁력을 갖는 부분이 있을지 의구심이 들 수 있음. 만일, 헬스케어 서비스를 제공하는 과정에서 획득한 데이터를 이용하여 보험사가 실손보험, 생명보험 등에서 본격적인 가격 차별을 할 수 있다면, 경제적으로는 분명 효율적일 수 있지만, 자칫 매우 역진적인 프리미엄이 책정될 수 있으며, 이를 정책적으로 허용하는 것은 쉽지 않아 보임

#### □ 조혜진 위원

- 헬스케어 서비스는 고령층의 의료비 부담이 점차 가중됨에 따라 더욱 활성화될 것으로 예측되는 사회구조 변화 속에서 개인정보보안문제와 디지털 소외계층 및 저소득층 등 헬스케어 서비스 소외계층에 대한 보완책 마련이 필요
  - 고령화 사회가 심화되고 의료비 부담이 가중되면서 중증치료환자 및 치매질환자 등 고령성 만성질환자가 증가하고 있어 장기적인 관점에서 전 국민을 대상으로 건강관리시스템을 확충할 필요성이 있음
  - 헬스케어 서비스는 1)의료비 경감, 2)국민 건강관리 측면에서 장점이 있고, 향후 AI와 빅데이터 활용으로 더욱 활성화될 것으로 예측됨. 다만, 개인정보보안 문제와 2020년 허가된 마이데이터 사업과의 복합적인 법률적 조정 및 관리가 필요하다고 판단됨
  - 특히, 네이버, 카카오 등 IT 기업들의 마이데이터 사업 진출 등과 맞물려 이들이 보유한 비금융 빅데이터가 헬스케어 서비스에도 활용될 것으로 예측됨. 데이터 3법에서 규제하지 못하는 규제 사각지역이 헬스케어 서비스에도 존재할 것이므로 대안 마련도 시급

- 고령층과 디지털기기 사용이 어려운 소외계층 및 저소득층 등 헬스케어 서비스 소외계층에 대한 정책적 지원 필요
  - 헬스케어 서비스 취급 보험회사의 관리 등을 중앙 및 지방정부의 차원에서 지원할 필요

#### □ 윤민섭 위원

- 헬스케어 서비스와 보험을 연계시키는 것은 향후 보험산업에서 중요 요소라는 점에 동의하나, 접근방법에 있어서 새로운 접근이 필요함
- 보험회사가 헬스케어서비스를 제공하거나, 제휴하고자 하는 경우 결국 소비자가 이를 선택하고, 활용하여야 하는 것이나, 현행 보험 관련 제도로는 소비자의 적극적 참여를 이끌어내는 것에는 한계가 있을 것임
  - \* 현재와 같이 특별이익을 제공하는 방식으로 소비자에게 헬스케어 상품 등을 1회적으로 제공하는 것으로 그치게 되는데, 이는 소비자에게는 헬스케어 서비스라기 보다는 보험가입에 따른 상품으로 인식될 가능성이 높고, 소비자에게 장기적인 이익을 제공하지 못함
- 소비자가 보험사와 연계된 헬스케어 서비스의 활용성을 제고하기 위해서는 헬스케어 서비스가 소비자에게 장기적인 이익을 제공할 수 있도록 관련 제도를 개선하고, 인식시켜할 것임
  - \* 최근 혁신서비스로 지정된 서비스와 같이 건강이 증진되면 연계된 보험료를 감액하는 것을 제도화할 필요가 있음
  - \* 이를 위해 보험요율의 산출 및 보험상품의 설계시부터 위험변화에 따른 보험료 감액을 전제할 필요가 있으며, 보험료 감액청구권 등을 법제도적으로 보완할 필요가 있음
  - 참고로 일본 등의 경우 위험이 감소한 경우 보험료를 감액할 수 있도록 법률에 명시하고 있음

## 2020년 보험업 경쟁도 평가 3차 회의 주요 코멘트

일시: 2021. 2. 8.

### □ 전상경 위원

- 본 보고서가 주어진 상황 하에서는 최선을 다했지만, 실제 진입 정책을 결정함에 있어서 본 보고서가 갖는 한계점이 있음
  - 현행 경쟁도 분석에는 금융과 비금융간 경계가 모호해지는 상황이 충분히 반영된 것은 아니며, 향후에 보험시장을 분석 할 때는 지금 주어진 상황에 더하여 향후 미래 보험산업 환경 변화를 충분히 고려해서 창의적인 접근이 필요
  - 경쟁 시장임에도 불구하고, 시장에 진입하려는 플레이어의 의견을 충분히 수렴하고 새로운 사업계획 등을 고려하여 진입 허용 여부 등을 결정해야 할 것임 .

### □ 이수진 위원

- 데이터의 미비, 방법론이 갖는 한계점 등은 있으나, 주어진 여건 하에 최선을 다해 주신 것에 대해서는 감사함
- 통계적 분석 서술시, “집중도”와 “경쟁도”의 구분을 명확히 할 필요성은 다시 한번 강조 드림
- 향후 신용평가업 경쟁도 평가시에는, 시장확정과 경쟁도 평가방법에 대한 고민이 보다 충실히 드러나는 보고서가 나오기를 기대함

### □ 이효경 위원

- 경쟁도 평가 결과가 보험산업 발전에 많은 공헌을 할 수 있을 것으로 기대
  - 우리나라 보험산업의 경쟁도 및 시장 전반적인 변화 양상 등에 대해 많은 고민이 담겨 있다고 생각함



- 일반 회사들이 금융업에 진입함에 따라 전통적 업무영역 구분이 흐려지는 등 4차 산업혁명의 영향 등을 반영하는데 한계가 있었던 부분은 향후 경쟁도 평가 및 정책결정 과정에서 고려될 것으로 기대
- 1사1라이선스와 관련하여, 현재 금융권의 화두 중 하나가 “금융판 아마존”을 실현해나가는 것임
  - 기존 보험회사와 새로운 플레이어간 협업, 기존 금융권의 겸업(자회사 등), 규제차익의 해소 등이 중요한 과제가 될 것으로 생각하며, 이러한 측면을 감안하여 1사1라이선스 허가정책에 대해서 구체적인 유연화 기준을 정해주시길 기대

#### □ 여은정 위원

- 짧은 시간안에 평가위원의 많은 코멘트를 반영해주셨고 감사 드림
- 최근 빅테크들이 “보험업”에 진입을 추진하고 있는데, 실제 업무제휴나 그에 따른 시장영향 등에 대한 전망이 좀 더 필요할 것으로 생각
  - 이러한 부분에 대해서는 별도의 연구가 많이 진행될 것으로 기대함
- 향후 플랫폼의 진출 등으로 온라인 시장이 확대되면, 금융소비자 이슈가 중요해질 것임
  - 보험산업에 대해 금융소비자들의 신뢰가 많이 미흡한데, 이에 대한 정책적인 고민이 필요할 것임
  - 보험회사들도 소비자 측면에서 발생할 수 있는 다양한 리스크를 시스템화해서 선제적으로 관리하기 위한 노력이 필요할 것이므로 이에 대한 정책방향에 대해 연구를 해주시기를 바람
- 아울러, 플랫폼이 보험상품의 중개뿐만 아니라, 소비자와 기존의 판매 채널을 매칭시키는 역할도 할 것으로 예상되므로, 이러한 부분도 정책 마련시 고민해주시길 부탁드립니다

#### □ 이기영 위원

- 추가로 코멘트를 한다면, 현재 보험시장의 집중도와 경쟁도가 나타나게 된 근본적 원인에 대해 고민을 하고, 그에 맞는 정책을 추진해주시길 당부 드립니다.

- 단순히 시장의 집중도가 높다고 해서 추가 진입이 필요한 것이 아니며, 시장 질서 자체가 그렇게 형성될 수밖에 없는 것은 아닌지에 대해 진지하게 고민이 선행되어야 함
- 이러한 맥락에서 “시장의 안정성”은 금융당국의 진입정책 마련에 있어 고려해야 할 정책목표라고 생각함

#### □ 윤민섭 위원

- 짧은 시간에 많은 고생을 해주셨고, 감사 드립니다
- 현 상황에 대한 한계가 지적되어 있으나, 향후 보험업 경쟁도 평가를 할 때, 보완해 나갈 방향을 적시하는 것이 필요할 것으로 생각
- 향후, 소액단기보험업의 상품 개발 측면과 관련하여, 최근 다른 산업에서 “보험가입 의무화”하는 추세에 대해 효과적으로 대응해 나갈 수 있는 정책적 고민도 필요할 것임
- \* 법률 개정에 따른 맹견보험, 사이버 보험 등 의무보험이 확대
- 아울러, 향후 신용평가업 경쟁도 평가에서 새로운 플레이어의 진입과 관련한 부분이 반영될 수 있기를 기대
- 특정 회사가 혁신금융서비스 지정을 받아 새로운 플레이어가 되는 사례가 나타나고 있는데, 이러한 부분은 시장 경쟁도를 평가하는데 있어 중요한 고려요소라고 생각함

#### □ 조혜진 위원

- 소비자의 입장에서 보면, 정책 추진방향을 제시할 때, “공급측면”과 “수요측면”으로 구분해서 제시가 되면, 보다 효과적으로 전달될 수 있을 것으로 생각함
- 보험산업이 다각화, 빅테크, 핀테크 등 온라인 채널 성장 등으로 소비자가 접하는 정보의 양이 빠르게 확대되고 있는데, 소비자들이 이러한 정보를 효과적으로 이해하고 의사결정을 잘 하려면 어떠한 정책이 필요한지 고민해주시기 부탁 드립니다.

- 특히, 이러한 정보에 대한 이해도는 향후 민원, 보험금 분쟁 등을 관리하는데도 중요한 부분이므로 금융당국의 고민이 중요
- 예컨대, 비교공시와 같이 표준화된 가이드라인이 있다면, 소비자들 입장에서 정보를 이해하는데 유용할 수 있을 것임
- 아울러, 4차 산업혁명과 관련된 추가적인 규율 및 정책에 대한 고민이 필요

#### □ 하정립 위원

- 앞서 많은 위원님들이 지적하신 사항에 공감하고, 언급되지 않은 부분만 간략히 코멘트 하겠음
- 향후 후속 연구를 통해 더욱 많은 정책과제들을 구체화하고, 설계해 나가게 될 것이나, 중요한 것은 새로운 플레이어들이 참여해서 새로운 수요를 창출해 나갈 수 있는 환경을 조성하는 것임
- 젊은 사업가, 스타트업(start-up) 등이 새로운 플레이어로서 보험 산업을 포함한 금융산업에 참여해서 소비자 니즈를 확장해 나갈 수 있는 진입환경이 조성되도록 금융정책을 설계하고 운영해주시길 당부 드림

#### □ 조성진 위원

- 그간, 많은 노력을 통해 보고서를 개선해주셨고, 노고에 감사 드림
- 다만, 방법론적 한계에 대해 말씀드린 부분에 대해서는 향후 다른 금융업의 경쟁도 평가 및 다음 라운드 보험업 경쟁도 평가에서 보완해주시기 바람
- 예컨대, HHI 지수를 주로 활용하시면서, H 통계량을 추가로 활용하셨는데, HHI 지수가 갖는 한계점을 감안할 때, 장기 추세에 대한 분석이 포함될 필요성이 있다고 생각함
- 아울러, 집중도와 경쟁도를 혼동해서 사용하시는 것에 각별한 유의가 필요하다는 점을 말씀 드림
- 경쟁도 평가의 목적이 보험업계의 신규 진입을 허용하려고 한다면 현 단계의 경쟁도 분석으로서는 많이 부족함