



금융감독원

보도자료

금융은 **통통**하게 소비자는 **행복**하게

보도

2023.4.11.(화) 조간

배포

2023.4.10.(월)

담당부서

보험감독국
보험제도팀

책임자

팀 장 김성환 (02-3145-7474)

담당자

조사역 박원영 (02-3145-7486)

조사역 신창욱 (02-3145-7478)

2022년 보험회사 판매채널 영업효율 분석

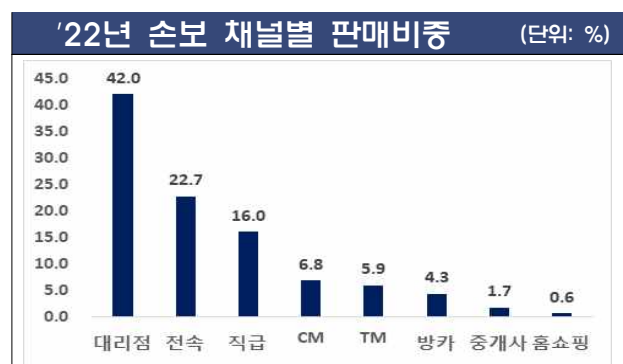
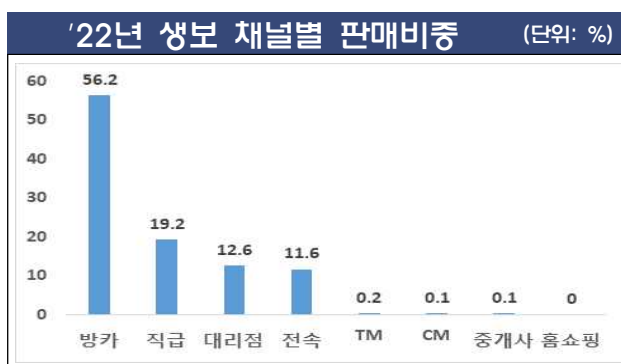
1 판매채널 현황

- '22년말 보험설계사는 총 58만 9,509명으로, 영업환경 악화로 인한 이탈 등으로 전년(59만 5,985명) 대비 6,476명 감소(△1.1%)

(단위: 개, 명)

구 분	'21년			'22년			증감율 (b-a)/a
	기관수	인원수(a)	(비중)	기관수	인원수(b)	(비중)	
보험사	-	170,240	(28.6%)	-	162,775	(27.6%)	△4.4%
설계사 대리점(GA 등)	30,562	247,535	(41.5%)	30,216	249,251	(42.3%)	0.7%
중개사	158	1,037	(0.2%)	167	1,123	(0.2%)	8.3%
금융기관대리점	1,241	177,173	(29.7%)	1,240	176,360	(29.9%)	△0.5%
합 계	31,961	595,985	-	31,623	589,509	-	△1.1%

- 채널별 판매비중은 생보사(초회보험료 기준)는 금융기관 보험
대리점(56.2%), 직급(19.2%), 대리점(12.6%) 및 전속(11.6%) 순이며,
○ 손보사(원수보험료 기준)는 대리점(42.0%), 전속(22.7%), 직급(16.0%),
CM(6.8%), TM(5.9%) 및 금융기관 보험대리점(4.3%) 순

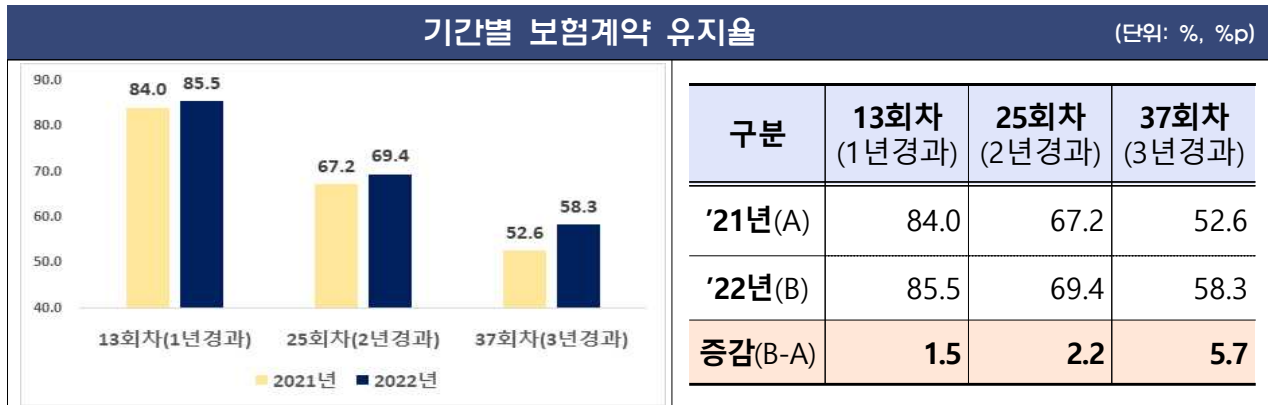


주) 방카는 금융기관 보험대리점, 직급은 보험사 임직원 직판채널

2 보험계약 유지율

※ 보험계약 유지율(이하 '유지율'): 신계약액 대비 유지계약액으로 계약 유지 정도를 나타냄

- **(현황)** '22년 유지율은 85.5%(1년), 69.4%(2년), 58.3%(3년)로, 전년 대비 전반적으로 개선(상승)



- **(채널별)** 대면채널이 비대면채널에 비해 높은 유지율을 보였으나, 시간이 경과하며 그 차이*는 축소

* 대면 - 비대면 유지율차(%p) : 7.0(1년) → 3.7(2년) → 3.6(3년)

- 특히, GA 및 전속설계사(대면) 모집계약은 가입 초반에는 높은 유지율을 보였으나, 시간이 지날수록 감소*

* GA 및 전속설계사 유지율(%) : 87.2(1년) → 70.6(2년) → 58.0(3년)

- 비대면채널인 TM은 쏠기간 전체 평균보다 낮은* 유지율을 보였으며, CM**은 가입 초반 유지율이 낮게 나타남

* TM - 평균 유지율차(%p) : △5.3(1년) → △4.0(2년) → △4.2(3년)

** CM 유지율(%) : 73.2(1년) → 67.5(2년) → 56.4(3년)

- **(상품별)** 보장성보험이 저축성보험에 비해 초기 유지율이 높게 나타났으나, 5년 이후(61회차)부터는 저축성 보험이 높음*

* 보장성 - 저축성 유지율차(%p): 4.4(1년) → 8.0(2년) → 3.1(3년) → 1.6(4년) → △4.0(5년)

※ 판매채널·상품별 분석은 보험료 기준 계약액으로 분석

3 불완전판매비율

※ 불완전판매비율(이하 '불판율'): 품질보증해지 건수, 민원해지 건수, 무효건수를 합한 수치를 신계약건수로 나눈 비율

□ **(현황)** '22년 불판율은 0.04%로 최근 5년간 점차 개선되는 추세*

* 최근 5년간 불판율(%): 0.15('18년) → 0.11('19년) → 0.08('20년) → 0.05('21년) → 0.04('22년)

○ 생보사의 불판율은 0.07%로 손보사(0.02%)에 비해 높은 수준이나, 생·손보간 격차*는 감소

* 생보 - 손보 불판율차(%p): 0.17('18년) → 0.12('19년) → 0.11('20년) → 0.06('21년) → 0.05('22년)

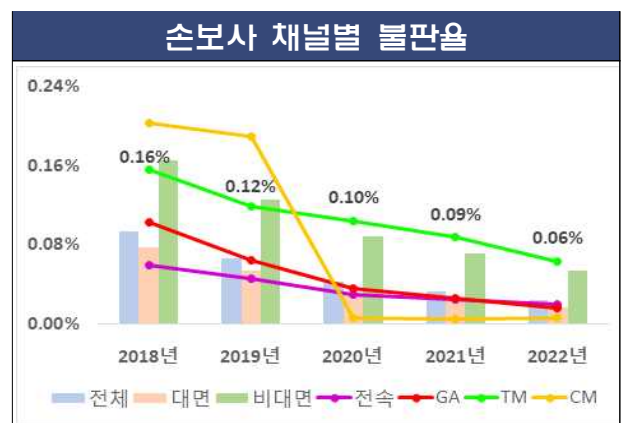
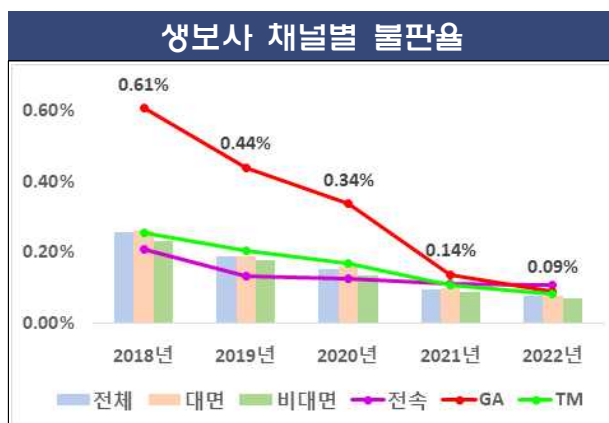
□ **(채널별)** 생보사는 대면채널의 불판율(0.08%)이 비대면채널(0.07%)에 비해 높으며,

○ 손보사는 비대면채널의 불판율(0.05%)이 대면채널(0.02%)에 비해 높은 수준

○ 한편, 대면채널 중 GA의 불판율은 그간 전속설계사에 비해 높은 수준이었으나, '22년 전속설계사보다 낮은 불판율을 기록*

* 생보사 GA - 전속 불판율차(%p): 0.21('20년) → 0.03('21년) → △0.02('22년)

손보사 GA - 전속 불판율차(%p): 0.01('20년) → 0.002('21년) → △0.003('22년)



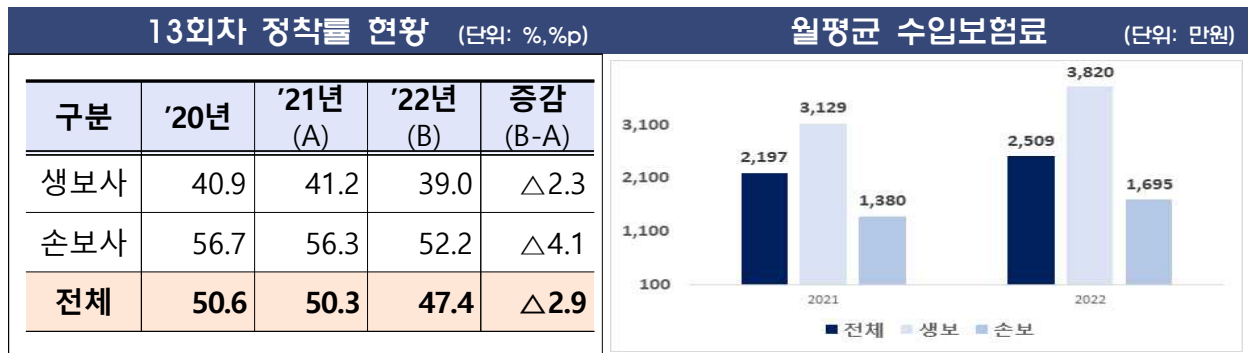
□ **(상품별)** 저축성보험의 불판율(0.08%)은 보장성보험(0.04%)보다 높게 나타남*

* 저축성 - 보장성 불판율차(%): 0.04('20년) → 0.05('21년) → 0.05('22년)

4 정착률 및 생산성

※ 보험설계사 정착률(이하 '정착률'): 신규등록된 전속 보험설계사 중 1년이 경과한 후에도 정상적으로 모집활동에 종사하는 비율

- **(정착률)** '22년 전속설계사 정착률(1년)은 47.4%로 전년(50.3%) 대비 하락($\Delta 2.9\%p$)
- **(생산성)** '22년 전속설계사 1인당 월평균 수입보험료는 2,509만원, 월평균 모집수당은 275만원으로 전년(2,197만원, 268만원) 대비 모두 증가(14.2%, 2.6%)



5 평가 및 감독방향

- **(평가)** 금소법 시행 및 GA 내부통제 강화 등으로 보험계약 유지율과 불판율이 개선되고 있음
 - 다만, 설계사를 통한 모집 의존도가 여전히 높음에도 설계사 모집 보험계약이 3년이상 유지되는 비율이 낮은 수준이며,
 - 저축성보험은 유지기간이 길수록 유리한 상품임에도 초기(4년 이내) 유지율이 보장성보험에 비해 낮은 상황
- **(감독방향)** 완전 판매 문화가 정착될 수 있도록 유지율 및 불판율에 대해 지속적으로 모니터링하는 한편,
 - 보험모집제도의 합리적 개선과 내부통제 강화 등 제도개선을 통해 소비자 보호를 강화할 계획

☞ 본 자료를 인용하여 보도할 경우에는 출처를 표기하여 주시기 바랍니다. (<http://www.fss.or.kr>)

- ☐ **(GA)** 보험사를 위하여 보험모집을 하고 수수료를 받는 법인 보험대리점
- ☐ **(보험설계사)** 보험사에 소속(전속·교차)된 설계사로 계약체결을 중개
- ☐ **(금융기관 보험대리점)** 은행 등 금융기관이 보험사의 대리점으로 등록하여 보험상품을 판매(방카슈랑스)
- ☐ **(직접)** 임직원이 대면, CM, TM 등을 이용하는 직판채널
- ☐ **(CM)** 온라인을 통해 보험상품 판매
- ☐ **(TM)** 전화를 통해 보험상품을 판매(표준상품설명대본 사용)
- ☐ **(홈쇼핑)** 프로그램 방송 후 TM으로 판매
- ☐ **(대면채널)** 직접 소비자를 대면하는 판매채널로, GA, 설계사, 금융기관 보험대리점 등이 해당
- ☐ **(비대면채널)** 전화 또는 인터넷을 이용하는 판매채널로, TM, CM, 홈쇼핑 등이 해당