

보험산업 신뢰도 제고방안

1. 보험상품에 대한 소비자 이해도 제고
2. 보험소비자 중심의 영업정책 확산
3. 보험금 지급의 불만요소 제거
4. 보험민원 발생원인 사전 차단
5. 사회 구성원으로서의 보험 위상 정립

1. 보험상품에 대한 소비자 이해도 제고

① 보험소비자 눈높이의 보험광고

현 행

개선(안)

보험광고
소비자
사전 테스트

- 사전 테스트 없음

- 소비자 평가단 사전 테스트 후, 오인 가능성 있는 보험광고 수정

※ 불완전판매 우려 상품부터 단계적 시행

홈쇼핑 보험광고
주요내용
사전 심의

- 홈쇼핑 보험광고 주요내용 사전 심의 제도 없음

- 홈쇼핑 보험광고 주요 내용 사전 심의 후, 동 주요 내용의 범위 내에서 보험광고

※ 불완전판매 우려 상품부터 단계적 시행

※ 지면광고, 녹화방송 등에 대해서는 협회 사전 심의

② 보험소비자 중심의 보험자료 등

현 행

개선(안)

알기 쉬운
상품설명서
도입

- 약관 내용 서술 중심

- 필요시 그림(만화) 등을 활용하여 소비자 중심의 상품설명서 작성

1. 보험상품에 대한 소비자 이해도 제고

③ 민원 유발 보험상품 선제적 대응

	현행	개선(안)
상조 보험에 대한 소비자이해 증진	상조보험과 상조서비스 차이에 대한 이해도 부족 ※ 상조서비스 : 사망이후에도 약정액 납부 상 조 보 험 : 사망이후 보험료 납입 불필요	상조보험 · 서비스 차이를 보험계약자에게 안내
휴대폰보험 등 단체보험 피보험자 보호	단체보험 피보험자*에게 보험상품 안내 부족 * (예시) 보험료를 전액 부담하는 피보험자	단체보험 피보험자에게 보험상품 중요 내용 안내
종업원 단체보험 수익자 지정시 동의 추진	수익자 지정시 종업원 동의가 필요 없음 ※ 종업원 유족이 받아야 할 보험금을 사업주가 수령하는 사례 발생	종업원이 아닌 제3자가 수익자일 경우 종업원의 동의를 받도록 추진

2. 보험소비자 중심 영업정책 확산

	현행	개선(안)
연도시상 평가기준 변경	▪ 영업실적을 중심으로 연도시상자* 선정 (* 일명'보험왕')	▪ 불완전판매비율 등 건전모집 지표 중심으로 연도시상자 선정 (* 자기계약은 평가에서 제외)
우수인증 설계사 제도 홍보	▪ 우수인증 설계사에 대한 홍보 미흡	▪ 우수인증 설계사 홍보를 강화하여 건전 모집질서 유도
상품난이도에 따른 모집자격 차별화	▪ 일부 회사가 내부 자격제도* 운영 중 * 유지율 등 일정 요건 해당자에 한해 복잡한 상품 판매 허용	▪ 내부 자격제도를 전(全) 보험사로 확대
영업교육 실태 미스터리 점검	▪ 영업점 보험설계사 교육실태 점검 미흡	▪ 보험사 자체적으로 불시에 영업점 교육실태 점검
자기계약 성과평가 제외	▪ 자기계약도 영업조직 성과평가에 포함 * 본인 및 가족 명의 보험계약	▪ 자기계약 영업조직 성과평가 제외
탈락모집인 계약 체계적 관리	▪ 고아계약*에 대한 체계적 관리 미흡 * 계약을 모집한 보험설계사의 이직 등으로 타 보험설계사에게 관리가 이관된 계약	▪ 고아계약을 체계적으로 관리 * 장기 근속 보험설계사 등 일정 요건을 갖춘 보험설계사에게 이관

3. 보험금 지급의 불만요소 제거

① 보험금 청구절차 불편 해소

	현 행	개선(안)
보험금 간편 청구제도 확대	손보사의 경우 팩스, 우편으로 보험금 청구 가능	생보사도 팩스, 우편 등으로 보험금 청구 가능 (* 소액 담보부터 단계적 시행)
보험금 청구 도우미	계약자가 서류 구비 후 보험금 청구	사고발생 시점부터 보험금 관련 일대일 상담 (* 노약자 등에 대해서는 방문 접수 시행)

② 능동적 · 객관적 보험금 지급 등

	현 행	개선(안)
실손의료비 신속 지급	의료비 납부 후 실손의료비 청구* (* 병원비 미납시 보험금 청구 곤란)	경제적 약자 등에 한해 의료비 청구서를 근거로 실손 의료비 지급
의료심사 자문위 설치	공정한 장애등급 등 평가를 위해 손보협회에 의료심사자문위원회 설치 및 운영	생보협회에도 의료심사자문위원회 설치
연금에 대한 압류 제한	보험사운영 연금에 대해서는 압류 제한 없음 (* 국민연금은 압류 제한)	안정적 노후생활 보장을 위해 일정 금액 이하 연금에 대한 압류 제한 추진

4. 보험민원 발생원인 사전 차단

현 행

개선(안)

소비자보호부서
권한 강화

- 소비자보호부서가 일반 임원 소속

- 소비자보호부서를 대표이사(CEO) 직속으로 배치

모집조직
정착률과
성과평가 연계

- 영업조직 평가시 보험설계사 정착률 비중이 낮거나 없음

- 영업조직 평가시 보험설계사 정착률 비중 상향 조정

해피콜
스크립트 강화

- 형식적 해피콜(완전판매 모니터링) 시행

- 보험계약자 오인 사항을 중심으로 해피콜 시행

* 완전판매 여부 점검 목적으로 신계약에 대해
본사, 지점 등에서 모니터링 하는 제도

* 민원 다수 발생 사항 등

5. 사회 구성원으로서의 보험 위상 정립

① 보장의 사각지대 해소

	현 행	개선(안)
태아보험 보장대상 확대	▪ 쌍둥이 경우 한 명만 피보험자 혜택	▪ 쌍둥이 모두 피보험자 혜택 부여 (* 보험료 일부 조정 가능)

② 소통 강화 및 보험에 대한 사회저변 확대

	현 행	개선(안)
소비자단체 등과 교류의 장 마련	▪ 소비자단체 등과 교류 미흡	▪ 정기적으로 소비자단체 등과 워크숍 등 개최
사회적 책임 수행 강화	▪ 보험사별 사회공헌 활동 추진	▪ 업계 차원에서 사회공헌 활동 체계적 추진 및 홍보
보험관련 동영상 콘테스트	▪ 보험에 대한 청소년층 교육 필요	▪ 청소년층 대상 보험관련 동영상, 스마트폰 영화 콘테스트 개최
보험인지지수 도입	▪ 보험인지지수 없음	▪ 보험인지지수 개발, 소비자가 테스트하고 원할 경우 보험교육 사이트로 연결