


“금융은 튼튼하게, 소비자는 행복하게”

	보 도 자 료		
	보도	2018. 1. 15.(월) 조간	배포

담당부서	보험감독국 생명보험협회 손해보험협회 보험대리점협회	이창욱 국장(3145-7460), 김홍중 본부장(2262-6628), 이재구 본부장(3702-8524), 이중근 본부장(2088-3435)	양진태 팀장(3145-7471) 박순근 부장(2262-6646) 이은혁 부장(3702-8610)
------	--------------------------------------	--	---

제 목 : TM채널의 불합리한 관행 개선 추진

- ▶ 소비자 중심의 판매관행 확립
 - 보험가입 권유 전 보험안내자료 제공, 설명음성의 강도·속도 유지 등
- ▶ 고령소비자에 대한 보호 강화
 - 고령자 청약철회기간 연장, 맞춤형 보험안내자료 제공 등
- ▶ 보험상품 설명대본 작성기준 마련 등
 - 보험상품 설명대본 작성기준 마련, TM설계사에 대한 교육 강화

I. 추진배경

□ TM(텔레마케팅)채널은 전화로 간편하게 보험을 가입할 수 있는 장점이 있어 약 300만건(FY16 기준)의 보험이 전화로 가입되는 등 많은 소비자들이 이용*

* FY'16 기준 전체 판매채널 중 TM의 보험료 비중은 6.9%(건수 기준 15.6%)

○ 다만, 소비자들이 전화로만 설명을 듣고 보험에 가입함에 따라, 판매자와 소비자간에 보험상품 관련 정보의 비대칭성으로 인한 불완전판매가 발생할 위험이 높음

□ 그동안 TM채널의 불완전판매를 근절하기 위해 다각적인 노력*을 기울여 온 결과,

* 표준상품설명대본 도입, 통화품질모니터링 강화, 계약과정 음성녹음사실 안내 등

○ TM채널 불완전판매비율은 다소 개선되고 있으나 여전히 보험판매 채널 전체의 평균 수준을 상회*하는 등 개선이 필요

* TM 불완전판매비율[업계 전체](%) : ('14) 0.89[0.49] → ('15) 0.68[0.40] → ('16) 0.41[0.29]
 ⇒ '16년 기준 TM 불완전판매비율(0.41%)은 설계사(0.24%) 대비 약 2배 수준

- 이에 금융감독원은 「금융소비자 권익제고 자문위원회」가 제시한 권고안*(17.12월)을 적극 수용하여

* 금융상품 판매절차 개선 및 모집채널 감독강화 방안의 일환으로 TM채널의 표준 상품설명대본 가이드라인 도입 등을 추진할 것을 권고

- 보험업계와 함께 TM채널의 판매 프로세스 전반을 점검하고, 불합리한 관행을 개선하고자 함

II. 개선방안

◇ 보험상품 판매관행 개선 등을 통해 TM채널이 소비자를 배려하는 판매채널로 전환되도록 유도하여 불완전판매를 예방

1 소비자 중심의 판매관행 확립

1-1. 보험가입 권유 전 보험안내자료 제공

- **(현황 및 문제점)** TM설계사는 전화로 보험상품내용을 설명한 후, 보험계약이 체결되면 상품설명서를 제공(청약일로부터 5영업일 이내)
 - 소비자는 「듣기만 하는 방식」의 설명으로 복잡한 보험상품의 내용을 제대로 이해하기 곤란
- **(개선방안)** 구조가 복잡한 상품(변액·저축성보험 등), 65세 이상 고령자가 가입하는 상품에 대해서는 가입권유 전에 보험안내자료를 미리 제공
 - 「듣기만 하는 방식」에서 「보면서 듣는 방식」으로 변경함으로써 상품 보장내용 등에 대한 소비자의 이해도 제고

1-2. 과도한 보장안내 제한

- **(현황 및 문제점)** TM설계사가 흔히 발생하지 않는 보험금 수령사례를 소개하거나 보장금액이 큰 부분만 강조하는 등 과장설명 소지
- **(개선방안)** TM 모집시 소비자가 高보장상품에 가입하는 것으로 오인하지 않도록 TM설계사의 과도한 보장안내 등을 제한

1-3. 설명음성의 강도 · 속도를 일정하게 유지

- **(현황 및 문제점)** 보험가입 권유시 TM설계사는 해당 보험상품의 보장내용 등 유리한 사항은 강조하거나 천천히 설명하는 반면,
 - 불리한 사항은 빠르게 설명함에 따라 소비자가 보험상품의 내용을 제대로 이해하지 못한 상태로 가입하는 상황이 발생
- **(개선방안)** 전화를 통한 보험상품 설명시 음성의 강도와 속도를 비슷하게 유지하도록 하여 불완전판매를 예방

1-4. 상품내용 이해 여부에 관한 확인방식 개선

- **(현황 및 문제점)** TM설계사는 보험상품의 중요내용을 한꺼번에 설명한 다음, 소비자에게 보험상품내용의 이해 여부를 확인
 - 소비자가 상품내용을 충분히 파악하지 못한 상태에서 '예'라고 답할 경우, 완전판매 여부에 관한 분쟁 발생시 불리하게 작용할 소지
- **(개선방안)** 소비자가 상품내용의 이해 여부를 정확하게 확인할 수 있도록 확인방식을 '일괄 질문방식'에서 '개별 질문방식'으로 변경

1-5. 녹취내용 확인 안내 개선

- **(현황 및 문제점)** 보험회사는 TM계약 체결시 모든 과정에 대한 녹취사실 및 확인방법을 보험계약자에게 서면으로 1회만 안내
- **(개선방안)** 소비자가 확인방법 등을 숙지할 수 있도록 안내횟수를 확대*하는 한편, 안내수단도 문자메시지 등으로 다양화

* (기존) 보험계약 체결 후 1회만 안내 → (개선) 보험계약 체결 전·후 3회 안내

2-1. 고령자에 대한 청약 철회기간 연장

- **(현황 및 문제점)** 소비자는 일정기간(청약 후 30일, 보험증권 수령후 15일) 내에 보험계약의 청약을 철회할 수 있으나,
 - 고령자의 경우 동 권리를 인지하지 못하여 행사기간 내에 청약 철회를 하지 못하는 상황이 빈번
- **(개선방안)** 65세 이상 고령자에 대해서는 청약 후 보험계약을 철회할 수 있는 기간을 연장(예 : 청약 후 30일 → 45일)

2-2. 고령자 맞춤형 보험안내자료 제공

- **(현황 및 문제점)** 보험안내자료가 소비자의 특성을 고려하지 않고 작성·제공되고 있어 고령자의 경우 상품내용을 이해하는 데 애로
- **(개선방안)** 고령자가 보험안내자료를 쉽게 알아볼 수 있도록 보험가입 권유 전 큰 글자 및 도화 등을 활용한 맞춤형 안내자료 송부

2-3. 고령자 계약에 대한 통화품질모니터링 강화

- **(현황 및 문제점)** 보험회사는 매월 TM으로 판매된 보험계약의 20% 이상을 대상으로 녹취내용을 확인하여 불완전판매 여부를 점검
 - 그러나 상대적으로 불완전판매에 노출될 위험이 높은 고령자의 특성을 감안하지 않고 녹취내용 모니터링 대상을 선정
- **(개선방안)** 고령자가 비대면 거래에 상대적으로 취약함을 고려하여 모니터링 대상 계약 중 30% 이상*을 고령자 보험계약에 배정

* (예) TM으로 모집한 보험계약이 10,000건일 경우, 총 모니터링 대상 2,000건(모집 계약의 20%) 중 600건(모니터링 대상의 30%) 이상을 고령자 보험계약으로 배정

3-1. 보험상품 설명대본 작성기준 마련

- **(현황 및 문제점)** TM설계사가 사용하는 보험상품 설명대본(스크립트)에 대한 구체적 작성기준이 없어 각 보험회사가 임의로 작성·운용
 - 이에 따라 상품내용에 대한 오인 유발 등 TM채널 불완전판매의 근본적인 원인으로 작용
- **(개선방안)** TM상품별 설명대본 작성 시 준수해야 할 업계공통의 가이드라인 마련(보험협회)

3-2. TM설계사에 대한 교육 강화

- **(현황 및 문제점)** TM설계사는 2년에 1회 보수교육을 받고 있으나, 동 교육과정에 TM채널의 특성을 반영한 과목은 부재
- **(개선방안)** 신규 TM설계사를 위한 TM 연수과정을 신설하는 한편, 기존의 설계사 보수교육에 TM 관련 내용을 추가하는 등 개선

Ⅲ. 향후 계획

- 금년 중 시행을 목표로 업계, 협회 등이 참여하는 TF를 구성하여 자율적인 시행방안을 마련하고, 필요시 규정개정 추진

<세부과제별 추진 계획>

추진 과제		시행시기(목표)
① 소비자 중심의 판매관행 확립		
	1-1. 보험가입 권유 전 보험안내자료 제공	'18.3/4분기
	1-2. 과도한 보장안내 제한	'18.2/4분기
	1-3. 설명음성의 강도·속도를 일정하게 유지	'18.2/4분기
	1-4. 상품내용 이해여부에 관한 확인방식 개선	'18.3/4분기
	1-5. 녹취내용 확인 안내 개선	'18.2/4분기
② 고령자 소비자에 대한 보호 강화		
	2-1. 고령자에 대한 청약철회 기간 연장	'18.3/4분기
	2-2. 고령자 맞춤형 보험안내자료 제공	'18.3/4분기
	2-3. 고령자 계약에 대한 통화품질모니터링 강화	'18.3/4분기
③ 보험상품 설명대본 작성기준 마련 등		
	3-1. 보험상품 설명대본 작성기준 마련	'18.2/4분기
	3-2. TM설계사에 대한 교육 강화	'18.2/4분기

IV. 기대효과

① TM 판매관행 개선을 통한 소비자권의 강화

- 「듣기만 하는 방식」의 TM채널의 판매방식을 「보면서 듣는 방식」으로 개선함으로써 보험상품에 대한 소비자의 이해도를 제고
- 일정한 설명속도·강도 유지 등을 통해 불완전판매를 방지함으로써 소비자 피해예방에 기여

② TM채널의 완전판매문화 정착에 기여

- 보험상품 설명대본 작성기준 마련을 통해 과장되거나 오인을 유발하는 문구 등을 정비함으로써 TM채널의 완전판매문화 정착에 기여
- 또한, TM설계사에 대한 교육 강화를 통한 설명능력 향상 등으로 소비자의 만족도가 크게 향상될 것으로 기대

③ 보험산업에 대한 신뢰도 제고

- 고령자에 대한 맞춤형 보호장치 마련을 통해 취약계층의 권익이 신장되고 불완전판매가 감소하는 등 보험산업에 대한 신뢰도가 제고

전화를 통한 보험상품 판매의 흐름

광고 ⇒ 전화로 가입 권유 ⇒ 계약 체결 ⇒ 불완전판매 여부 확인

- ① (광고) 방송, 인터넷 등 광고매체를 이용해서 보험상품 소개
- ② (가입권유) 보험회사나 GA의 콜센터에 있는 텔레마케터가 소비자와 전화를 통해서 보험상품을 설명하고 가입을 권유

※ TM 영업방식

아웃바운드 TM	보험회사나 GA가 보유중인 연락처 DB를 이용해서 전화 * 대상 : 통신수단을 이용한 모집에 동의한 자
인바운드 TM	광고매체를 본 소비자가 보험회사 등에 전화

- 보험사가 작성한 「표준 상품설명대본」으로 설명
- 최초 통화내용부터 청약 완료 시 까지 모든 과정을 녹음·보관
- ③ (계약 체결시) 계약자에게 약관 및 청약서 부분을 서면, 전자우편 등을 통해 제공하고
 - 청약한 날로부터 5영업일 이내에 상품설명서를 발송
- ④ (불완전판매 여부 확인) 계약 체결 후 다음과 같은 절차를 통해 불완전판매 여부를 확인

① 해피콜 : 신규로 가입한 보험계약자를 대상으로 완전판매 여부 확인

- 모집조직이 아닌 별도 조직에서 청약철회 가능기간* 내에 전화 등으로 보험계약의 중요 내용을 재확인

* 「보험증권을 받은 날부터 15일」 또는 「청약 후 30일」 중 짧은 기간 이내

② 통화품질 모니터링 : 전화 가입 계약의 녹취파일을 확인해서 「표준 상품설명대본」에 따라 설명했는지 점검*

* 매월 TM으로 체결된 계약의 20% 이상을 점검

- 종전에는 보험회사에만 시행됐으나, '17.4월부터 대형 GA(설계사 500인 이상)에 대해서도 시행