

전화판매 민간의료보험의 정보제공 실태

Current Status of Providing Information on Private Health Insurance Sales through Telemarketing

이원영*

Lee Weon-Young

홍지영**

Hong Ji-Young

이 연구는 19개 생명보험회사의 전화판매가 가능한 민간의료보험상품을 대상으로 모의상담을 통하여 전화상담원들의 안내충실성을 조사하였다. 전화상담원들은 보험면책조건 등 판매에 불리한 정보 안내에 대해 소극적이었고 타회사보험상품과 비교하여 유리점이나 특별한 혜택을 주겠다는 상담사례가 많았다. 또한 과거병력 확인 여부, 계약 후 철회가능기간, 계약자 서명없이 전화상으로 가입 가능한 사실을 미리 안내하는 경우가 적어 소비자 민원발생의 소지가 큰 것으로 나타났다. 상담원의 이름이나 연락처, 상세한 정보제공에도 소극적이었다. 한편 피상담자가 상품정보와 관련하여 질문할 경우 대체로 상세한 정보제공을 받을 수 있었다. 소비자 교육이 필요하며 소비자 관련 단체나 보험협회 차원에서 전화상담에 대한 모니터링을 실시하는 것도 고려할 필요가 있다.

※ 국문색인어 : 보험소비자문제, 전화상담, 전화판매의료보험

I. 서론

최근에 보험회사들이 판매채널을 과거와 같이 보험설계사와 대리점과 같은 전통

* 중앙대학교 의과대학 예방의학교실 조교수 및 사회개발대학원 보건학과 주임교수
(wylee@cau.ac.kr)

** 중앙대학교 사회개발대학원 보건학과 대학원생(kongji@naver.com)

채널에 의존하지 않고 전화를 통한 보험판매(telemarketing, 이하 전화판매¹⁾) 채널, 인터넷을 통한 보험판매(cyber marketing, 이하 인터넷판매) 채널 등의 직접판매(direct marketing, 이하 직판)와 방카슈랑스(bancassurance)와 같은 신채널을 적극 활용한 결과 이를 통한 보험계약 실적이 급속히 증가하였다. 생명보험 가입채널별 구성비 추이는 직판채널의 경우 2003년 0.7%, 2005년 1.3%, 2007년 8.1%이며, 방카슈랑스는 2005년 0.6%에서 2007년 2%의 증가추세를 보였으며, 손해보험 직판채널의 구성비 추이는 2003년 1.6%, 2005년 2.9%, 2007년 11.2%의 증가추세를 보이고 있다(안철경 외, 2007). 이러한 신채널의 활성화는 기존채널을 대치하는 효과도 있지만 동시에 보험의 잠재수요를 유효수요로 전환시키고 있다. 이러한 신채널의 성장요인을 보험소비자 측면에서 살펴보면 전통채널에 비해 직판채널이 보험료가 낮고 가입이 편리하며, 방카슈랑스는 사업자의 안정성이 높다는 것이다.

특히 전통채널에 비해 상대적으로 저가이며 가입이 편리한 직판채널의 활성화는 건강육구 증대와 높은 본인부담제도를 유지하고 있는 국민건강보험제도로 인한 민영건강보험에 대한 국민들의 강한 구매욕구를 더욱 촉발시켰다. 생명보험 중 질병보장보험의 직판채널의 구성비 추이는 직판채널의 경우 2003년 0.7%, 2005년 2.2%, 2007년 11.9%으로 뚜렷한 성장세가 이를 반증한다(안철경 외, 2007). 직판 중 전화판매와 인터넷판매의 비중을 정확히 알 수 없지만 생명보험협회 전체상품 중 초회보험료 기준으로 할 경우 전화판매가 2.6%, 인터넷 판매가 0.1%인 점을 감안할 때 직판 중 전화판매 비중이 높은 것으로 추정된다. 그런데 민영건강보험에서 전화판매의 비중 증가는 보험사가 계약에 필요한 정보를 제공하는 과정에서 소비자 문제를 야기할 개연성을 내포하고 있다.

전화판매는 신문, TV 등 매스미디어나 홈쇼핑의 광고, 그리고 담당자가 명확하지

1) 전화를 통한 보험판매는 보험사업자가 전화를 거는 방식(out-bound) 또는 걸려오는 전화를 받는 방식(in-bound)으로 소비자와 접촉하여 보험구매를 권유하고 소비자가 동의하여 청약하면 사업자가 심사하여 승낙함으로써 성립되는 거래행위임. 전화판매는 모집방법에 있어서 대면모집이나 인터넷마케팅 등이 아닌 전화를 통해 판매된 보험으로서 보험회사의 전화판매조직 이외에 대리점, 카드사, 백화점, 홈쇼핑 등에 판매된다 하더라도 전화를 통해 판매된 보험이라 한다(한국소비자보호원(2005), pp1~2).

않은 전화상담원의 안내와 상담이 이루어져 보험사의 일방향 커뮤니케이션 형식을 띠며 시간적 제약이 있을 수 있다. 반면 보험설계사나 대리점과 같이 중개인을 둔 대면거래의 경우 일대일 상담이 지속적으로 가능하며 쌍방향 커뮤니케이션이 이루어져 전화판매가 상대적으로 소비자에게 필요하면서도 충분한 정보제공이 더 어려울 수 있다. 게다가 보험사고가 비교적 단순하고 명확한 '사망'이나 '자동차사고'를 다루는 일반보험과는 달리 건강보험은 무수히 많은 질병을 다루며, 그 내용도의 학적 전문지식이 없는 경우에 쉽게 이해하기 어렵다. 따라서 전화판매를 통한 민간의료보험의 정보제공실태는 각별히 관심을 가져야 할 영역이다.

보험자의 모집 및 계약에 필요한 성실한 정보제공의 의무는 보험계약자가 보험약관을 제대로 알지 못하여 불이익을 방지하기 위한 것으로 상법(제638조3제1항²⁾)과 보험업법(제 95조 1항³⁾, 제124조1항⁴⁾)에서 이를 명시하고 있다. 또한 보험업법 시행령 제43조2항에서는 “전화를 이용하여 모집하는 경우 계약에 필요한 청약내용, 보험료 납입, 보험기간, 고지의무, 약관의 주요 내용 등을 질문 또는 설명하고 그에 대한 보험계약자와의 답변 및 확인내용 등을 음성녹음하는 등의 증거자료를 확보 유지하며, 우편이나 모사전송을 통하여 지체 없이 보험계약자로부터 청약서에 자필서명⁵⁾을 받아야 한다”고 소비자 보호조치를 위한 내용을 구체적으로 명시하고 있다. 최근 전화를 이용한 민간의료보험상품 판매의 급격한 증가 추이는 당분간 지

- 2) 보험자는 보험계약을 체결할 때에 보험계약자에게 보험약관을 교부하고 그 약관의 중요한 내용을 알려주어야 한다.
- 3) 모집을 위하여 사용하는 보험안내자료는 다음 각 호의 사항을 명료하고 알기 쉽게 기재하여야 한다(㉠소속보험회사의 상호나 명칭 또는 보험설계사나 보험대리점 또는 보험중개사의 성명·상호나 명칭, ㉡보험가입에 따른 권리·의무에 관한 주요사항, ㉢보험약관에서 정하는 보장에 관한 사항 ㉣해약환급금에 관한 사항 ㉤예금자보호법에 의한 예금자보호와 관련된 사항, ㉥그 밖에 보험계약자의 보호를 위하여 대통령령이 정하는 사항)
- 4) 보험계약자의 보호를 위하여 필요한 사항으로서 대통령령이 정하는 사항을 금융위원회가 정하는 바에 따라 즉시 공시하여야 한다.
- 5) “청약자의 신원을 확인할 수 있는 등 금융위원회가 정하는 경우에는 제2항의 경우에도 불구하고 자필서명을 받지 아니할 수 있다”라고 동법 시행령 3항에 명시하고 있다. 또한 “자필서명이 면제될 경우 음성녹음내용을 문서화한 확인서를 보험계약자에게 송부하고, 보험계약자 및 피보험자가 음성녹음 내용에 대해 확인을 요청한 경우 이를 확인할 수 있을 것”이라고 보험업감독규정 제4-37조에 명시되어 있다.

속될 것으로 예상된다. 따라서 이 채널을 통한 모집과정에서 보험사들이 소비자의 올바른 판단과 보호를 위한 정보제공이라는 취지의 보험업법의 전술한 조항들을 잘 준수하고 있는지를 조사하는 것은 시의적절할 것이다.

한편, 우리나라 보험회사들의 전통적인 경영전략은 외형적인 성장에 초점을 두어 왔으며, 중소규모의 보험사들이 다수를 차지하고 있다. 2003년 방카슈랑스의 허용과 급속한 고령화 및 높은 본인부담제도를 유지하고 있는 국민건강보험제도로 인해 잠재적 수요가 큰 민영의료보험시장에서 보험판매자간 경쟁은 더욱 치열해지고 있다. 이러한 경쟁환경에서 생존을 위한 마케팅전략이 채택되기 쉬우며 이는 재무여건과 시장점유율에서 여력을 가지고 있는 대형사보다 중소형보험사에 발생가능성이 높을 수 있다(이진석·김현수 외, 2005). 이 연구에서는 보험사의 자본규모, 재무여건, 경영상태를 종합적으로 고려하여 이를 상·중·하 수준으로 그룹화하여 각 수준별로 생명보험협회(2006)의 상품공시매뉴얼이 제시한 보험상품 정보제공 지침의 준수 정도를 분석하였다.

II. 선행연구조사

생명보험사들은 1990년대 들어와 암보험, 2002년 이후에는 중대질병(critical illness)을 보장하는 보험과 장기간병보험상품을 적극 개발·판매해왔고, 손해보험사는 1997년 제3보험의 경영이 허용된 이후 장기손해보험에서 전체질병, 암, 여성관련 질병 등을 보장하는 보충형건강보험 상품을 개발하여 판매해왔다(보험개발원, 2005). 또한 2002년에 보험업법 개정으로 2003년에는 생명보험의 단체대상 실손보상상품 판매가 허용되어 상품을 판매하고 있으며, 2005년 9월부터는 생명보험의 개인대상의 실손형 보상상품판매가 허용되었다⁶⁾. 최근에 이와 같은 다양한 민간의료보험상품 개발과 경쟁적 판매는 많은 소비자문제를 파생시킨 것으로 보인

6) 개인대상 실손형 민간의료보험은 보험사와 국민건강보험공단의 환자정보공유, 실손형 보상의 범위 문제 등으로 생명보험사들이 실손형 상품들을 출시하지 않고 있으나 여건만 성숙이 되면 경쟁적으로 상품을 출시할 것으로 보인다(보험개발원, 2006).

다. 한국소비자보호원에 제기된 민간의료보험 관련 민원 중에서 단순상담을 제외한 피해구제 사례는 2002년 145건, 2003년 304건, 2004년 217건에 이르며, 전체 보험관련 피해구제 중에서 민간의료보험 관련 피해구제가 차지하는 비중은 각각 16.7%, 35.7%, 27.6%인 것으로 나타났다(이진석·김현수 외, 2005).

이진석·김현수 외(2005)조사에 따르면 한국소비자보호원의 피해구제의 발생원인은 보험계약내용에 대한 해석이나 이해수준과 관련된 면·부책 결정⁷⁾ 38.7%, 장해등급 적용 22.4%, 보험금지급금액산정 13.4%, 고지의무위반 13%의 순으로 나타났다. 한국소비자보호원(2006)이 2003년부터 2006년 3월까지 질병 보장관련 피해구제 121건을 심도 있게 분석한 결과, 질병보장 범위와 관련하여 보험에서 보장하는 질병으로 보험금 지급사유에 해당되는 것으로 알고 보험금을 청구하였으나 약관에서 보장하는 질병의 범위에 해당되는지 여부에 대한 경우가 49건(40.5%)으로 가장 많았고 그 다음으로 수술보험금(수술보장 대상 질병여부, 수술등급적용, 수술인정 여부 등)과 관련된 경우가 39건(32.2%)이었으며, 질병치료를 목적으로 입원, 또는 수술했는지를 다투는 경우가 16건(13.2%), 진단내용을 인정하지 않고 별도의 소견내지는 자문내용을 토대로 다투는 경우 7건(5.7%)인 것으로 나타났다. 이 문제의 원인은 포괄적인 광고나 설명 등으로 인해 진단받은 질병에 대해 보장받은 것으로 알았지만 보장질병을 규정한 약관의 한국표준질병·사인분류의 질병코드의 범위에 해당되지 않는 등 불충분한 안내와 보험사들이 지급보장 요건 등 약관의 내용을 엄격하게 해석하거나 까다롭게 하는 보험사의 관행 때문인 것으로 보인다(한국소비자보호원, 2006). 이와 같이 민간의료보험의 소비자 문제에 있어 모집과정에서 보험사의 충실한 정보제공이 매우 중요한 것으로 대두되고 있다.

모집과정에서 보험사의 정보제공 방식과 더불어 소비자의 정보수집의 행태 역시 중요하다. 이진석·김현수 외(2005)가 전국 만 20세 이상의 성인 남·녀 중 민간의료보험가입자 938명을 대상으로 한 전화면접조사에 따르면, 조사대상자의 51%가 TV나 홈쇼핑을 통한 민간의료보험광고가 가입에 영향을 미친다고 응답하였으며, 54.1%가 가입시 보험의 보장내용과 가격을 다른 상품과 비교해 보지 않는다고 응

7)보험사고 유무, 약관상의 보상범위, 보험금 지급 진단요건 충족

답하였으며, 타상품과 비교해보았다고한 응답자의 경우에 59.2%가 해당보험상품을 판매한 보험설계사, 보험상담원, 보험대리점을 통해 타 상품과 비교했다고 응답하였으며, 비교적 객관적인 상품비교를 할 수 있는 '생명보험협회와 손해보험협회의 비교공시정보'를 통해서 상품비교를 한다고 응답한 사람은 3.7%에 불과하였다. 또한 조사대상자의 16.8%가 보험 가입 시 보험설계나 대리점을 통해 설명을 제대로 듣지 못했거나 잘 모른다고 응답하였으며, 31.9%는 자신이 가입한 민간의료보험의 보장 내용에 대해 잘 모른다고 응답하였다. 보험계약자인 소비자들의 민간의료보험 구매결정에 있어서 소비행위의 주체로서 적극적인 정보수집보다는 보험사의 안내와 광고에 일방적으로 더 의존하는 것으로 보인다.

이진석·김헌수 외(2005)의 연구나 한국소비자보호원(2006)의 조사는 판매채널에 관계없이 민간의료보험 가입자를 대상으로 조사한 것이다. 이 연구의 초점인 전화판매와 관련된 연구로 한국소비자보호원의 조사(2005)와 김경자(2005)의 연구가 있었다. 한국소비자보호원 조사(2005)에 따르면 전화판매 민간보험으로 인한 소비자피해구제 접수건은 2000년 6건에서 2004년에 26건, 2005년 1월~3월까지 21건으로 집계되어 급증하고 있는 것으로 나타났다. 피해구제 유형으로는 첫째, 명백한 동의 없이 전화통화만으로 가입처리 되었거나 나중에 인지하였으나 청약철회기간⁸⁾이 지나 철회를 할 수 없었던 경우, 둘째, 상품내용 및 계약조건에 대한 설명이 불충분하였거나 실제와 달랐던 경우, 셋째, 전화판매원의 연락처를 명시하지 않아 업무처리가 지연된 경우, 넷째, 전화판매의 특성상 자필서명이 어려울 경우 전화상담원과 통화내용을 녹음했다는 것을 문서화한 것을 보내지 않을 경우의 다툼이 있었다. 김경자(2005)는 홈쇼핑보험⁹⁾ 광고¹⁰⁾를 공정거래위원회에서 정한 표시·광고에 관한 지침과 기존의 보험소비자 사례를 기초로 하여 모니터링한 결과 명백한 허위 및 기만광고는 없었으나 소비자를 오도할 수 있는 몇 가지 문제가 있는 것으로

8) 생명보험 및 장기손해보험 표준약관 제2조(청약의 철회)는 계약자는 청약을 한 날 또는 제1회 보험료를 납입한 날로부터 15일 이내 그 청약을 철회할 수 있다.

9) 홈쇼핑보험은 대부분 전화상담자가 소비자와의 추가상담을 통해 계약을 체결하고 있다.

10) 케이블TV에 방영된 12개의 홈쇼핑 보험상품 광고내용을 대상으로 하였으며 이 중 건강보험이 11개이고 운전자보험이 1개였다.

나타났다. 혜택은 강조하면서 지급횟수나 보장제한 등 불리한 내용은 ‘자막처리’하거나 보장금액에 대해 최고 금액만 강조하거나 기본 중요 용어에 대한 설명이 부족하며, 청약절회에 대한 중요정보를 누락하거나, 홈쇼핑호스트나 전화상담원이 보험 판매자격을 가지고 있는지 어느 회사 소속인지 등에 대한 설명이 없는 것으로 나타났다.

III. 연구방법

1. 조사대상 및 내용

생명보험사 22개 중 전화판매 상품을 출시하고 있는 19개 생명보험사를 대상으로 하였으며 각 회사의 홈페이지에서 전화판매가 가능한 질병보장상품들 중 하나를 임의로 추출하였다(〈표 1〉참조). 각 회사의 전화상담원의 상품판매에 대한 설명이 정보제공과 관련된 준수사항을 지키는 지를 확인하기 위하여 항목점검표를 작성하였다(〈표 2〉참조). 작성된 항목점검표를 이용하여 〈부록 1〉의 모의상담 시나리오에 따라 조사자가 상담원에게 전화를 걸어 상담원의 설명내용을 항목점검표에 기초하여 정보제공실태의 충실도를 조사하였다.

항목점검표는 첫째, 생명보험협회가 2006년에 발간한 상품공시매뉴얼에서 제시한 부당한 표시·광고행위에서 8개항목과 보험업법 및 관련 규정에서 2개 항목, 둘째, 각종 소비자 민원과 관련된 것으로 한국소비자보호원에 접수된 상담이나 보험 소비자연맹에서 제시하고 있는 분쟁사례 등을 참조하여 4개 항목을 개발하였으며, 마지막으로 정보전달의 방식과 관련된 3개 항목을 개발하였다. 준수 여부는 미리안내, 질문 후 안내충분, 질문 후 안내미흡으로 구분하여 측정하였으며, 시간적인 어려움으로 인하여 7-10번 항목은 안내 여부만을 체크하도록 하였고 17번 항목은 상담시간을 측정하였다.

〈표 1〉 조사대상 19개 회사의 전화판매상품의 특징

회사	상품의 특징
A	· 각종 질병에 대한 진단,수술,입원보장,재해골절 및 재해수술보장(선택특약가입시) · 중대질병 고액보장(해당 선택특약 가입 시)
B	· 저렴한 보험료로 사망 또는 장애분류표 중 장해지급률이 80%이상 장에서 큰 보장 · 질병,암,수술,입원보장은 특약선택
C	· 암의 시작부터 완치까지 전단계보장구성 · 뇌출혈, 급성심근경색 고액보장 · 14대질병의 수술비 및 입원비 보장, 5대장기 이식수술비, 골절, 화상보장
D	· 저렴한 보험료로 6,656가지 질병, 사고를 모두 보장, 주요질병 및 남녀생활질환 보장 · 한번가입으로 입원비, 수술비를 제한없이 80세까지 보장
E	· 중대수술비 중점보장, 암에 대한 종합보장(암특약 선택시) · 80세까지 폭넓은 질병과 재해를 든든하게 보장(입원특약 가입시)
F	· 각종 질병에 대해 입원비와 수술비 반복 지급 · 암, 뇌출혈,급성심근경색증 등 진단시 진단급여금 지급(암은 특약가입시)
G	· 진단, 수술, 입원, 통원급여, 간병금까지 지원 · 15-60세 가입가능, 80세까지 보장, 암보장 및 재해사망보험금은 특약선택
H	· 3대성인병 고액의 진단비 지급, 치명적 질병 또는 19대 고액의 수술비 지급 · 다양한 특약에 대한 추가보장(암치료, 수술비, 재해입원급여금, 골절, 사망 등)
I	· 주계약은 건강관리자금과 입원금 보장 · 진단, 수술, 입원에 대한 체계적인 보장(해당 특약 가입시)
J	· 주계약은 질병입원급여금, 치명적 질병 진단 고액치료비 선지급(해당 특약 가입시)
K	· 입원 첫날부터 통원 마지막 날까지 보장(120일 한도) · 5대질병, 성인 10대 질환에 대해 고액 보장
L	· 치명적 질병에 대한 든든한 보장 · 다양한 특약부가로 종합보장(5대장기이식, 3대중병 등)
M	· 2대질병 및 성인주요질환 반복보장 · 암진단,수술,입원,재해장해 등 보장(해당특약가입시)

회사	상품의 특징
N	<ul style="list-style-type: none"> · 5대질병 진단자금, 11대질병 추가보장 · 암진단, 수술, 입원, 재해보장은 해당선택 특약 가입시 보장
O	<ul style="list-style-type: none"> · 저렴한 보험료로 사망 또는 장해분류표중 장해지급률이 80%이상 장해시 큰 보장 · 선택특약을 활용한 다양한 질병 및 재해추가보장
P	<ul style="list-style-type: none"> · 성인질환 및 여성, 남성질환 집중보장 · 수술비 최대 천만원, 입원비 최대 11만원 보장
Q	<ul style="list-style-type: none"> · 2대질병 진단자금, 성별특정질병수술비, 장기이식수술비보장이 주계약내용 · 암진단, 수술, 입원 등에 대한 보장(해당선택특약 가입시)
R	<ul style="list-style-type: none"> · 중대질병수술, 주요성인질환 입원, 간병급여금보장 · 성인병수술, 암진단, 수술, 입원 등에 대한 보장
S	<ul style="list-style-type: none"> · 5대질환 치료비, 수술비, 입원비 보장 · 5대질환 이외에 질병, 암, 재해보장의 맞춤선택(선택특약사항)

〈표 2〉 전화상담원의 질병보장상품 안내에 대한 항목점검표

구분	번호	문항	준수여부
설 명 내 용	1	보험료의 산출기준을 안내하는가?	
	2	주계약의 보장내용과 특약에 대한 보장내용, 보험료를 따로 안내하는가?	① 미리안내
	3	만기환급금에서 특약보험료가 제외되는 사실을 안내하는가?	② 질문 후 안내
	4	입원비 제한 지급일수에 관한 사실을 안내하는가?	③ 안내미흡
	5	동일 질병에 대한 보장횟수 제한에 관하여 설명하는가?	
	6	특정암, 특정질환에 관한 보장내용의 차이를 설명하는가?	
	7	특정질환에서 효력이 발생하는 보장개시일을 설명하는가?	① 예
	8	중도해약 시 불이익에 대하여 설명하는가?	② 아니오
	9	타회사 상품과 비교하여 유리한 점만을 설명하는가?	① 예
	10	특별한 혜택을 제공한다거나 이를 언급하는가?	② 아니오
소 송 및 민 원 관 련	11	과거 병력이나 현재 건강상태 등을 묻는가?	
	12	계약 후 3개월 이내에 계약 철회하는 것이 가능함을 설명하는가?	① 미리안내
	13	본 상품의 경우 계약자 서명 없이 전화상으로 가입 가능한 사실을 안내받았는가?	② 질문 후 안내
	14	보험금 지급사유 발생 시 보험금 수령절차 및 과정을 설명하는가?	③ 안내미흡
설 명 방 식	15	상담원의 이름 및 연락처를 정확히 안내 받았는가?	① 미리안내
	16	가입 안내장이나 상품의 상세정보를 제공받을수 있는 자료를 요구하였을 때 응하는가?	② 질문 후 안내 ③ 안내미흡
	17	상담원에게 상품에 관한 안내를 받은 시간은 총 몇 분 몇 초입니까?	총상담 시간을 측정

2. 조사방법

모의상담을 실시하기 위하여 광명시 한 소비자단체 회원 5명을 모집하였고 이들은 30-40대의 기혼여성으로 교육수준은 고졸이상이었으며, 직업은 전업주부이었다¹¹⁾. 연구팀은 2006년 4월 25일 3시간여 걸쳐 각 회사별 상품특성과 미리 작성된 모의상담 시나리오¹²⁾를 설명하였고 연구팀이 5개 회사의 전화판매상품에 대해 전화상담원과 모의 상담한 내용을 녹취하여 이를 청취한 후 항목점검표를 작성하도록 하였다. 점검표 작성 훈련은 일차와 이차에 걸쳐 진행하였다.

2006년 5월 1일부터 5월 12일까지 모의피상담자들은 각 회사의 지정상품에 대해 총 19회 전화를 통한 모의상담을 진행하였으며, 연구팀이 교육을 실시하기 위하여 실시한 5개 상품에 대한 모의 상담한 것을 포함하여 총 100건을 분석하였다.

3. 항목점검표의 타당도와 신뢰도

연구진이 문헌고찰을 통해 작성한 항목점검표를 민간의료보험 연구 경험자 교수 1인과 보험소비자단체 상근간사 1인과 2회에 걸쳐 자문회의를 실시하여 두 가지 항목은 삭제하고 한 가지항목을 추가하여 수정, 보완하였다. 연구진은 항목점검표에 대해 설명을 한 후 연구진 2명 및 조사원 5명이 미리 녹취해온 5개 회사의 전화판매상품들 중 먼저 2개에 대해 항목점검표를 작성하여 각 항목별 작성자 간 일치율을 보았고 일치율이 떨어지는 항목에 대해 토론을 한 후 합의과정을 거쳤다(〈표 3〉참조). 일차 때보다 이차 일치율이 상당히 향상되어 2개 항목을 제외하고 90%이상의 일치율을 보였다. 2개 항목은 80% 수준이었는데 작성자간 토론을 통해 합의를 거쳤고 다시 모의점검을 실시하지는 않았다(〈표 3〉참조).

11) 전화판매상품은 반드시 각 개인의 주민등록번호를 입력하도록 되어 있어 모의상담자로 5명을 모집하였다.

12) 〈부록 1〉 참조

〈표 3〉 각 항목별 조사자간 일치율

회사 항목	A	B	일차평균 (%)	C	D	E	이차평균 (%)
1	7/7	5/7	85.7	7/7	7/7	7/7	100
2	6/7	6/7	85.7	7/7	7/7	7/7	100
3	7/7	5/7	85.7	6/7	6/7	6/7	85.7
4	5/7	5/7	71.5	7/7	6/7	7/7	95.2
5	4/7	5/7	64.3	6/7	7/7	7/7	95.2
6	6/7	7/7	92.9	6/7	6/7	5/7	81.0
7	7/7	7/7	100	7/7	7/7	7/7	100
8	7/7	7/7	100	7/7	7/7	7/7	100
9	7/7	7/7	100	7/7	7/7	7/7	100
10	7/7	7/7	100	7/7	7/7	7/7	100
11	6/7	3/7	64.3	6/7	7/7	7/7	95.2
12	6/7	5/7	78.6	6/7	7/7	6/7	90.5
13	6/7	6/7	85.7	6/7	7/7	7/7	95.2
14	3/7	6/7	64.3	7/7	5/7	7/7	90.5
15	7/7	7/7	100	7/7	7/7	6/7	95.2
16	6/7	6/7	85.7	7/7	6/7	6/7	90.5

4. 분석방법

생명보험사들의 자본규모, 재무여건, 경영상태를 종합적으로 고려하기 위하여 보험소비자연맹이 각 보험사들의 회계연도 경영공시 결산자료를 토대로 데이터베이스화한 자료¹³⁾를 이용하였다. 각 생명보험사들의 2005년 경영공시결산자료를 토대로 자본규모, 재무건전성, 안정성, 수익성에 각각 동일하게 25%의 가중치를 두어 종합순위를 산출하였다. 19개의 생명보험회사를 종합순위에 따라 상위(1-5위) 5개사를 A군, 중위(6-15위) 10개사를 B군, 하위(16-19위) 4개사를 C군으로 나누고 각 군간 전화판매상품에 대한 안내충실도의 차이를 X^2 test(카이제곱검정)와 Fisher's Exact test(정확한 검정)으로 분석하였으며 SPSS 12.0 한글판을 사용하였다.

IV. 연구결과

1. 상품공시매뉴얼 관련 안내충실도

보험료의 납입 및 보장기간을 모두 안내하는 경우는 총 100건 중 46%이었으며, 보험료만을 안내하여 질문 후 구체적으로 설명을 받은 경우가 54%이었으며, 세 군

13) 보험소비자연맹이 개별 소비자의 선호에 맞는 보험사를 선택하는데 도움을 주기 위한 것이다. 각 보험사들의 경영공시 결산자료를 토대로 자본규모, 재무건전성, 재무안정성, 수익성을 기준으로 각 영역별과 종합한 것에 대한 순위를 제공하고 있다. 또한 소비자 선호에 따라 각 기준의 가중치를 달리하여 순위를 산출할 수 있게 되어 있다. 자본규모는 책임준비금과 자본총계, 건전성은 대손충당금적립율, 부실자산비율, 위험가중자산비율, 유가증권투자 및 평가손익, 안정성은 지급여력비율, 유동성비율, 수지차비율, 수익성은 당기순이익, 평균예정이율 대 총자산이익율, 위험보험료 대 사망보험금의 비율, 예정사업비 대 실제사업비율, 총자산 수익률, 자기자본수익율로 구성되어 있다 (보험소비자연맹 2005년 결산기준공시자료 (<http://www.kicf.org/index.asp>)).

간에 통계적으로 유의한 차이는 없었다. 주계약과 특약에 관한 사항을 미리 나누어 설명하는 경우는 총 100건 중 45%이었으며, 특약보험료를 별도로 안내하지 않고 주계약 및 특약의 보장내용을 설명하여 특약보험료를 내야하는지를 질문하여 안내를 받은 경우는 55%이었다. 세 군 간에 통계적으로 유의한 차이를 보였으며 A군에서 미리 안내하는 경우가 많았다. 만기시 환급금은 주계약보험료만을 포함한다. 이와 같이 정확히 안내하는 경우는 총 100건 중 27%, 질문 후 안내하는 경우 55%, 주계약 및 특약 보험료 모두를 돌려받는다 고 하거나 명확한 설명이 없는 경우는 18%이었다. 세 군 간에 통계적으로 유의한 차이를 보였으며 특히 A군에서 미리 안내하는 경우가 더 많았다(〈표 4〉참조).

각 상품별로 일정기간 초과 후 입원 일당 정액이 지급되며 대개 지급기간의 한도가 설정되어 있다. 이를 미리 안내하는 경우가 총 100건 중 17%, 질문 후에 설명하는 경우가 64%, 17%는 안내하지 않거나 '퇴원 후 재보장이 된다'고 설명하였다. 세 군 간에 통계적으로 유의한 차이를 보였으며 A군과 B군에서 C군에 비해 미리 안내하는 경우가 더 많았다. 동일질병의 보장에 대한 제한에 대해서는 항목별로 자세히 설명하는 경우가 총 100건 중 20%, 질문 후에 횡수제한이나 중복불가 보장내용을 설명하는 경우가 63%, 17%는 횡수제한에 대하여 설명하지 않았다. 세 군 간의 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다. 특정 암과 특정질환별 보장 내용과 그 차이에 대해 자세히 안내하는 경우가 총 100건 중 24%, 질문 후 고액암과 기타 암간의 보장내용의 차이나 특정질환에 대한 보장의 제한적 내용을 설명해주는 경우가 60%, 16%는 최고보장내용만을 강조하였다(〈표 4〉참조).

특정암이나 질환의 경우 계약체결일로부터 일정기간이 지난 후 보장이 가능하다. 특정암이나 질환에서 효력이 발생하는 보장개시일을 언급하는 경우는 전체 100건 중 16%이었으며, 84%는 이를 설명하지 않았으며, 세 군 간의 유의한 차이는 없었다. 중도해약시 기납입보험료가 지급되지 않거나 기납입보험료보다 적은 금액이 지급될 수도 있다. 중도해약시 불이익을 설명하는 경우는 4%이었고 96%는 이를 언급하지 않았으며, 세 군 간의 유의한 차이는 없었다(〈표 5〉참조).

〈표 4〉 생명보험사군별 보험상품의 표시·광고에 대한 심사지침의 안내충실도

(단위: 건수, %)

내 용	구 분	미리 안내함	질문 후 안내함	안내 미흡	계(%)	검정통계량	유의수준
보험료의 산출 기준 안내 여부	A군	12(44.4)	15(55.6)	-	27(100)	3.083 ¹⁾	.214
	B군	28(52.8)	25(47.2)	-	53(100)		
	C군	6(30.0)	14(70.0)	-	20(100)		
합 계		46(46.0)	54(54.0)	-	100(100)		
주계약과 특약 보장의 구분 안내 여부	A군	18(66.7)	9(32.1)	-	27(100)	7.059 ¹⁾	.029
	B군	20(37.7)	33(62.3)	-	53(100)		
	C군	7(35.0)	55(55.0)	-	20(100)		
합 계		45(45)	55(55)	-	100(100)		
만기환급금 에서 특약제외 사실 안내 여부	A군	11(40.7)	14(51.9)	2(7.4)	27(100)	9.697 ²⁾	.041
	B군	11(20.8)	27(50.9)	15(28.3)	53(100)		
	C군	5(25.0)	14(70.0)	1(5.0)	20(100)		
합 계		27(27)	55(55)	18(18)	100(100)		
입원비 제한 지급일수에 관한 사항 안내 여부	A군	7(25.9)	18(66.7)	2(7.4)	27(100)	13.288 ²⁾	.007
	B군	10(18.9)	28(52.8)	15(28.3)	53(100)		
	C군	-	18(90.0)	2(10.0)	20(100)		
합 계		17(17)	64(64)	19(19)	100(100)		
동일 질병에 대한 보장횟수 제한에 관한 설명 여부	A군	5(18.5)	19(70.4)	3(11.1)	27(100)	3.230 ²⁾	.531
	B군	12(22.6)	33(62.3)	8(15.1)	53(100)		
	C군	3(15.0)	11(55.0)	6(30.0)	20(100)		
합 계		20(20)	63(63)	17(17)	100(100)		
특정암, 특정질환 에 관한 보장내용 차이 안내 여부	A군	5(18.5)	17(63.0)	5(18.5)	27(100)	5.103 ²⁾	.271
	B군	15(18.3)	33(62.3)	5(9.4)	53(100)		
	C군	3(15.0)	11(55.0)	6(30.0)	20(100)		
합 계		24(24)	60(60)	16(16)	100(100)		

주: 1) 카이제곱 검정량(X^2 test) 2) 정확한 검정량(Exact test)

〈표 5〉 생명보험사군별 보험상품의 표시·광고에 대한 심사지침의 안내충실도

(단위: 건수, %)

내 용	구분	예	아니오	계(%)	검정통계량	유의수준
특정암이나 질환에서 효력이 발생하는 보장 개시일을 설명하는가?	A군	7(25.9)	20(74.1)	27(100)	3.578 ¹⁾	.174
	B군	8(15.1)	45(84.9)	53(100)		
	C군	1(5.0)	19(95.0)	20(100)		
합 계		16(16.0)	84(84.0)	100(100)		
중도해약시 불이익에 대하여 설명하는가?	A군	3(11.1)	24(88.9)	27(100)	3.640 ¹⁾	.100
	B군	1(1.9)	52(98.1)	53(100)		
	C군	-	20(100)	20(100)		
합 계		4(4.0)	96(96.0)	100(100)		

주: 1) 정확한 검정량(Exact test)

생명보험협회가 2006년에 발간한 상품공시매뉴얼에 보험업법 및 시행령, 보험업 감독규정에서 정한 기재금지사항을 적시하고 있는데 이 중 유리한 내용만을 골라 타 보험상품과 비교하지 못하도록 되어 있다. 타 보험사상품과 비교하여 유리한 점만을 골라 설명하는 경우가 총 100건 중 72%이었으며 세 군 간에 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다. 또한 특정계약자에게 특별한 혜택을 주겠다는 내용을 금지하고 있으나 총 100건 중 75%가 언급이 있었으며 세 군 간에 통계적으로 유의한 차이를 보이지는 않았다(〈표 6〉참조).

〈표 6〉 생명보험사군별 보험업 관련 법규 등에서 정한 기재금지의 안내충실도

(단위: 건수, %)

내 용	구분	예	아니오	계(%)	검정통계량	유의수준
타회사 상품과 비교하여 유리한 점만을 설명하는가?	A군	17(63.0)	10(37.0)	27(100)	1.888 ¹⁾	.389
	B군	41(77.4)	12(22.6)	53(100)		
	C군	14(70.0)	6(30.0)	20(100)		
합 계		72(72.0)	28(28.0)	100(100)		
특별한 혜택을 제공한다거나 이를 언급하는가?	A군	19(70.4)	8(29.6)	27(100)	5.336 ¹⁾	.069
	B군	37(69.8)	16(30.2)	53(100)		
	C군	19(95.0)	1(5.0)	20(100)		
합 계		75(75.0)	25(25.0)	100(100)		

주: 1) 카이제곱 검정량(X^2 test)

2. 소비자 민원과 관련 안내충실도

상법 651조와 보험업감독규정시행세칙의 생명보험표준약관 21조에는 계약자가 중요 사실을 보험회사에 고지해야 할 의무를 규정하고 있으며, ‘고지의무 위반’과 관련하여 소비자의 민원이 많다.

특히 전화판매와 같은 판매채널의 특성을 고려할 때 분쟁의 소지가 크다. 과거병력이나 현재 건강상태에 관련하여 미리 안내한 경우는 20%이었고, 과거병력이 차후 보장에 영향을 주는지를 질문하였을 때, 질병유무상태를 확인한 경우가 65%이었으며, ‘전혀 문제가 없다’는 등의 안내미흡이 15%이었으며, 세 군 간에 통계적으로 유의한 차이는 없었다(〈표 7〉참조).

보험업감독규정시행세칙의 생명보험표준약관 2조 2항에서는 청약일로부터 30일 이내에 청약을 철회할 수 있다. 그런데 약관을 받아보고 상담내용과 달라 계약자가 청약을 철회하고자 할 경우 30일이 지나 보험사로부터 거절당하는 등의 소비자 민원과 분쟁이 발생하고 있다. 계약 후 철회기간을 미리 안내는 경우는 3%, 질문 후 안내하는 경우 87%, 질문 후에도 안내가 미흡한 경우 10%이었으며 세 군 간의 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다(〈표 7〉참조).

보험업감독규정 제 4-37조에 따르면 전화를 이용한 모집시 자필서명이 면제됨에 따라 소비자의 자발적인 가입동의 없이 가입처리가 되어 피해사례가 속출하고 있다. 자필서명이 없이 전화로만 가입이 가능하다고 미리 안내하는 경우가 15%, 이 내용을 질문했을 때 충실히 안내한 경우가 73%, 안내가 미흡한 경우가 12%이었으며, 세 군 간에 통계적으로 유의하지는 않았다(〈표 7〉참조).

보험금지급사유 발생시 보험금의 수령절차 및 과정을 미리 안내해준 경우는 없었으나 보험금을 받을 경우의 절차를 물었을 때는 77%가 가까운 지점이나 본사 연락처나 구비서류를 자세하게 안내해 주었으며, 세 군 간에 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다(〈표 7〉참조).

〈표 7〉 생명보험사군별 소비자 민원 관련 안내충실도

(단위: 건수, %)

내 용	구 분	미리 안내함	질문 후 안내함	안내 미흡	계(%)	검정통계량	유의수준
과거 병력이나 현재 건강상태 질문여부	A군	6(22.2)	20(74.1)	1(3.7)	27(100)	5.407 ¹⁾	.245
	B군	10(18.9)	31(58.5)	12(22.6)	53(100)		
	C군	4(20.0)	14(70.0)	2(10.0)	20(100)		
합 계		20(20.0)	65(65.0)	15(15.0)	100(100)		
계약 후 철회 가능 기간 안내 여부	A군	1(3.7)	24(88.9)	2(7.4)	27(100)	1.803 ¹⁾	.848
	B군	2(3.8)	44(83.0)	7(13.2)	53(100)		
	C군	-	19(95.0)	1(5.0)	20(100)		
합 계		3(3.0)	87(87.0)	10(10.0)	100(100)		
본 상품의 경우 계약자 서명없이 전화상으로 가입 가능 사실 안내 여부	A군	3(11.1)	18(66.7)	6(22.2)	27(100)	5.632 ¹⁾	.217
	B군	8(15.1)	42(79.2)	3(5.7)	53(100)		
	C군	4(20.0)	13(65.0)	3(15.0)	20(100)		
합 계		15(15.0)	73(73.0)	12(12.0)	100(100)		
보험금 지급사유 발생시 보험금 수령절차 및 과정 안내 여부	A군	-	20(74.1)	7(25.9)	27(100)	.460 ¹⁾	0.814
	B군	-	42(79.2)	11(20.8)	53(100)		
	C군	-	15(75.0)	5(25.0)	20(100)		
합 계		-	77(77.0)	23(23.0)	100(100)		

주: 1) 정확한 검정량(Exact test)

3. 상담정보제공방식

상담자가 소속, 이름, 연락처를 정확히 밝히는 경우는 총 100건 중 30%이었으며, 이 중 한 가지라도 밝히지 않아 질문 후 안내를 받은 경우가 64%이었으며, 6%

는 바로 연결되는 연락처가 없어 다시 대표번호로 연락을 해야 하는 경우였으며, 세 군 간에 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다. 상담자가 안내를 마친 후에 전자 우편이나 팩스를 통해 설계내용을 보내겠다고 응답한 경우가 16%, 요구시 이에 응한 경우가 53%, 31%는 '회사방침상 보내 줄 수 없다'고 응답하였다. 세 군 간에 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았으나 A군에서 설계내용을 보내겠다는 경우가 상대적으로 많았다(〈표 8〉참조). 모의상담을 실시한 총 시간은 5-10분이 60%로 가장 많았고 10분-15분이 30%이었으며 5분 미만이 9%이었으며 통계적으로 유의한 차이는 없었다(〈표 9〉참조).

〈표 8〉 생명보험사군별 상담정보제공 방식

(단위: 건수, %)

내 용	구 분	미리 안내함	질문 후 안내함	안내 미흡	계(%)	검정통계량	유의수준
상담원의 이름 및 연락처 안내 여부	A군	10(37.0)	15(55.6)	2(7.4)	27(100)	2.118 ¹⁾	.747
	B군	16(30.2)	34(64.2)	3(5.7)	53(100)		
	C군	4(20.0)	15(75.0)	1(5.0)	20(100)		
합 계		30(30.0)	64(64.0)	6(6.0)	100(100)		
가입안내장이나 상품 상세정보를 제공 받을 수 있었는지 여부	A군	9(33.3)	15(55.6)	3(11.1)	27(100)	20.076 ¹⁾	.002
	B군	3(5.7)	33(62.3)	17(32.1)	53(100)		
	C군	4(20.0)	5(25.0)	11(55.0)	20(100)		
합 계		16(16.0)	53(53.0)	31(31.0)	100(100)		

주: 1) 정확한 검정량(Exact test)

〈표 9〉 생명보험사군별 총상담시간

(단위: 건수, %)

내 용	구분	5분미만	5분이상 10분미만	10분이상 15분미만	계(%)	검 정 통계량	유의 수준
상담원에게 안내받은 총 시간	A군	3(11.1)	11(40.7)	13(48.1)	27(100)	6.467 ¹⁾	.149
	B군	5(9.4)	34(64.2)	14(26.4)	53(100)		
	C군	1(5.0)	15(75.0)	4(20.0)	20(100)		
합계		9(9.0)	60(60.0)	31(31.0)	100(100)		

주: 1) 정확한 검정량(Exact test)

V. 결론 및 시사점

이 연구는 19개 생명보험회사의 전화판매가 가능한 민간의료보험상품들을 대상으로 전화상담원들의 안내충실성을 모의상담을 이용하여 조사하였다. 안내충실성의 기준은 2006년에 발간한 상품공시매뉴얼과 소비자피해구제 상담자료들을 참조하여 정보제공 내용면에서 14개항목과 형식면에서 3개 항목을 개발하였다.

보험료 기준 산출과 주계약과 특약보장의 구분 안내와 관련해서는 미리 안내하는 경우가 각각 46%와 45%인 반면 보장이 제한되는 경우¹⁴⁾나 대상 질병별 보장의 차이를 미리 안내하는 경우는 모두 25% 미만이었으며, 만기환급금에서 특약보험료가 제외되거나 중도해약시 불이익이 발생할 수 있다는 점을 미리 안내하는 경우 각각 16%와 4%이었다. 타 회사 상품과 비교하여 유리한 점만을 설명하거나 특별한 혜택이나 제공하겠다고 안내한 경우가 각각 72%와 75%이었다. 과거병력 질문 여부, 계약 후 철회가능기간 안내 여부, 계약자 서명없이 전화상으로 가입가능 안내사실 여부를 미리 안내하는 경우는 각각 20%, 3%, 15%인 것으로 나타났다. 상담원의 신원이나 연락처, 가입안내장이나 표준약관을 보내주겠다고 미리 안내하는 경우

14) 보장효력개시일, 동일질병에 보장횟수, 입원비 제한 지급일수

는 각각 30%, 16%이었다.

대체로 미리 안내하는 경우는 많지 않았으나 피상담자가 질문을 한 후에는 만족할만한 정보를 얻는 경우가 많았으며, 질문 후에 설명이 미흡한 경우는 15%내외였다. 설명시간은 10분미만이 69%이었으며 15분을 넘는 경우는 없었다. 자본규모, 재무여건, 경영성과를 토대로 작성한 세 군 간의 정보제공의 충실도는 주계약과 특약보장의 구분 안내, 만기환급금시 특약보험료 제외사실 안내, 입원비 제한지급일 수 안내에서만 통계적으로 유의한 차이를 보여 상품정보제공의 충실도에 영향을 미치는 기업특성에 대한 추후 연구가 필요하다.

일반적으로 보험계약자들은 보험상품에 대한 용어에 익숙치 않으며 상품관련 정보를 알기가 어렵다. 특히 타 보험상품에 비해 질병보장상품은 의학적 지식까지 필요하므로 전화상담원들이 충분한 시간을 가지고 표준약관의 주요 내용이나 주의사항들을 상세히 설명하는 것이 필요하다. 전화상담원들은 가입을 유도하기 위하여 10분 내외에서 판매에 유리한 내용만을 안내하는 경우가 많았으며, 특히 소비자가 보험상품에 무지하거나 충동구매를 할 경우 정보제공의 양이나 질은 빈약할 수 있다.

금융감독원(2006)은 보험통신판매가이드라인을 제정하여 2006년 6월 1일부터 시행 중에 있다. 가이드라인의 주요내용은 통신판매자에 대한 교육을 강화하고 사전심의를 거친 상품별 표준스크립트¹⁵⁾를 사용하고 통신판매행위의 적정 여부 및 완전판매 여부를 확인하기 위한 모니터링제도를 실시하며, 전술한 사항을 보험사별로 자율적으로 시행토록 하고 있다. 이러한 통신판매가이드라인을 보험사가 적절히 준수한다면 보험사들의 가입유도를 위한 적절치 못한 정보제공행태가 많이 개선될 것이다. 그러나 정부가 보험사들의 가이드라인 준수에 대한 모니터링을 개별보험사에 맡겼다는 점에서 한계가 있을 수 있다. 보험사들이 보험계약자모집을 위하여 치열한 경쟁환경에 놓여 현실을 고려할 때 더 적극적인 개입이 필요할 것이다. 예컨대 보험광고는 보험사 자체적인 사전심의회 이외에 보험협회 차원에서 사후심의나 홈쇼핑 판매방송에 대한 사후모니터링을 실시하고 있다(금융감독원, 2006).

15) 보험상품설명, 보험가입여부 확인, 계약 전 알릴의무 안내, 상담원 및 연락처 안내를 포함한 13가지 항목을 필수기재항목으로 제시하고 있다.

또한 이 연구에서 보듯이 민간의료보험상품에 대한 교육을 통해 필요한 정보를 더 얻을 수 있었다. 소비자권익보호를 위한 기관이나 단체들이 사후에 발생하는 소비자 피해구제나 민원상담뿐만 아니라 예컨대 전화판매 상품의 경우도 약관을 받아 보거나 타 상품과 비교해보는 등의 올바른 보험상품구매에 대한 요령 등을 개발하여 대국민 홍보나 캠페인을 하는 것도 사전예방적 의미에서 중요할 것이다.

이 연구는 전화판매를 통한 민간의료보험상품에 대한 소비자의 구매결정이 일회 의 전화상담원과의 상담을 통해 영향을 많이 받을 것이라는 가정을 두고 정책적 시사점을 도출하였다. 소비자들은 실제 주위사람들에게 자문을 구하거나 인터넷 등을 통해 각 상품을 비교·검토한 후 가입에 동의하는 등의 합리적 행태를 보일 수도 있다. 그러나 우리나라 소비자들은 민간의료보험상품 구매에 있어 소비행위의 주체로서 적극적인 정보수집보다 보험사의 안내와 광고에 의존하는 경향이 더 크며(김재현·김현수, 2006), 전화판매보험가입 문제로 한국소비자보호원에 상담을 의뢰한 소비자들 중 상당수가 '충동 및 착오'에 의한 것으로 나타났다(한국소비자보호원, 2005). 향후 보험사들이 금융감독원이 제시한 통신판매가이드라인에 의거하여 정보제공을 충실히 이행하는지에 대한 추가 연구가 필요할 것이다.

참 고 문 헌

- 금융감독원, 「통신수단을 이용한 보험모집 가이드라인 마련 및 시행 주요내용」, 보도자료, 2006.5.24. (<http://www.fsc.go.kr>).
- 김경자, 「홈쇼핑 보험광고에 대한 소비자 인식과 소비자문제」, 『보험개발연구』, 제16권 3호, 2005, pp. 63~86.
- 김재현·김현수, 「민영건강보험 가입자의 상품정보 획득특성과 만족도 연구」, 『보험개발연구』, 제17권 제1호, 2006, pp. 82
- 보험개발원, 「민영건강보험의 리스크 관리방안」, 『CEO REPORT』, 2005.4
_____, 「민영건강보험법 제정(안)에 대한 검토」, 『CEO REPORT』, 2006.9.
- 보험소비자연맹, 2005년 결산 기준 경영공시자료(<http://www.kicf.org/index.asp>).
- 생명보험협회, 「2006년 상품공시매뉴얼」(<http://www.klia.or.kr/>).
- 안철경·기승도·오승철, 『2007년 보험소비자 설문조사』, 연구조사자료, 보험개발원 보험연구소, 2007.
- 이진석·김현수·김재현·정백근·강창구, 『민간의료보험의 실태와 영향분석』, 연구보고서, 충북대학교·국민건강보험공단, 2005.
- 한국소비자보호원, 『전화를 통한 보험판매시 소비자 피해 실태조사』, 조사보고서, 한국소비자보호원 분쟁조정2국, 2005.
_____, 『질병 관련 보험소비자피해 실태조사』, 조사보고서, 한국소비자보호원 분쟁조정2국, 2006.

Abstract

The purpose of this study was to examine to what extent insurance telemarketers observed their obligation of informing the insured of necessary information for the direct call insurance products of 19 insurance companies through simulated consultation. The telemarketers who answered the consultation call for our study provided the unfavorable information to the consumers passively, but advertised only superiority to other's products actively. They seldom questioned the callers on their medical history and noticed that telephone subscription needed no contract signature, and explained the withdrawal system of subscription. They informed the callers of their name and contact information passively and were reluctant to send the brochure containing more useful information. By the way, the callers got more detailed information when they asked more information. Results in this paper imply the need for consumer education and may suggest that the third party such as consumer group should monitor providing for telemarketers necessary information of direct call insurance products to consumers

※ Key Words: direct call insurance, health insurance, product information

(부 록 1) 모의상담 시나리오

* 보험회사 TM상담원 — 갑

* 조사자 — 을

을 : (전화다이얼을 누른다)

ARS 선택메뉴에서 가입상담 버튼을 누른다.

통화연결음이 들리고 상담원이 전화를 받는다.

갑 : 안녕하십니까, 00보험 000 입니다. 무엇을 도와드릴까요?

을 : 안녕하세요, 00상품 보고 전화드렸는데요.

갑 : 예, 어디서 보셨나요?

을 : 신문광고(or 인터넷)에서 봤어요, 상담가능한가요?

갑 : 아, 예, 고객님의 성함과 주민번호를 불러주시면 안내해드리겠습니다.

을 : 000 이구요, 0000000-00000000 이에요.

갑 : (고객의 신상정보를 확인하고 보험료를 산출하여주고 보장세부내용 및 기타 특약에 관하여 설명한다.)

을 : (지침서 체크<1~13번> → 상담자가 각문항에 관한 내용을 정확하게 안내하는 경우에는 a, 질문을 한 후 안내하는 경우에는 b, 질문을 했을때에도 그에 대한 안내가 미흡한 경우에는 c에 체크하도록 한다.)

1. 고객님의 보험료는 ___원이고 **년납입, **세까지 보장입니다.

① (정확히 안내하는 경우) → a

② (보험료만 안내하거나 납입기간만 안내하는 경우) 몇년간 납입하게 되나요? 평생보장되는건가요? → b

③ (질문에 대한 안내가 미흡한 경우; 납입기간이나 보장기간을 명확히 설명하지 않을 경우) → c

2. 보장내용은이며 00특약가입시 보험료는 ___원이고 특약보장내용은입니다.

- ① (보장내용과 보험료, 특약보장내용과 특약포함 보험료를 자세히 안내하는 경우) → a
- ② (특약포함 보험료를 안내하지 않고 주계약+특약의 보장을 안내하는 경우) ___원으로 모두 보장되는건가요? → b
- ③ (질문에 대한 안내가 미흡한 경우; 특약보험료를 별도로 설명하지 않거나 명확한 답변이 없는 경우) → c

3. 만기시 납입보험금을 전액 지급받으십니다.

- ① (주계약과 특약중 만기환급되는 항목을 안내하면) → a
- ② (납입보험금의 만기환급을 안내하면) 주계약보험료과 특약보험료 전부 환급받는건가요? → b
- ③ (질문에 대한 안내가 미흡한 경우; 특약보험료는 만기환급시 돌려 받지 못함에도 모든 보험료를 돌려받는다고 얘기하거나 명확한 답변이 없는 경우) → c

4. 00질병입원시 첫날부터(혹은 *일초과) 1일당 ___원을 보장받습니다.

- ① (**일 한도에서 보장받는다고 안내하면) → a
- ② (1일 0,000원을 보장받는다고만 안내하면) 입원기간이 전부를 다 보장되나요? → b
- ③ (질문에 대한 안내가 미흡한 경우; 퇴원 후 재보장이 된다고 하거나 명확한 답변이 없는 경우) → c

5. 동일질병 보장횟수가 1회인지? 무제한인지?

- ① (00질병에 관해서는 횟수에 상관없이 보장되며 00질병은 1회한하여 보장된다고 상세히 안내하면) → a

- ② (무제한 보장에 관해서만 안내하면) 00질병 발생시 매번 보장이 되는건가요? → b
 - ③ (질문에 대한 안내가 미흡한 경우; 횡수제한을 설명하지 않거나 무조건 반복보장된다고 할 경우) → c
6. 00암진단시 ___원 지급, XX암 진단시 ___원의 보험금이 지급됩니다.
- ① (00암은 ___원, XX암은 ___원이 보장된다고 특정암별로 보장내용을 안내하면) → a
 - ② (암보장은 ___원이라고 안내하면) 모든암이 똑같이 보장되나요? → b
 - ③ (질문에 대한 안내가 미흡한 경우: 차이를 설명하지 않거나 최고수준의 보장내용만을 반복적으로 설명하는 경우) → c
7. 최근 *년 이내에 병을 앓거나 드시는 약이 있습니까?
- ① (질문하는 경우) → a
 - ② (질문하지 않는 경우) → 현재 특별한 병이 없으면 건강검진없이 가입이 가능한가요? (구체적으로 설명할 경우) → b
 - ③ (질문에 대한 안내가 미흡한 경우; 질병력이나 현재 건강상태에 전혀 문제가 되지 않는다고 하거나 건강검진이 필요없다고 설명하는 경우) → c
8. 보험계약후 ___일 이내에 철회요청을 하시면 가입해지하실 수 있습니다.
- ① (안내하는 경우) → a
 - ② (안내하지 않는 경우) → 지금 가입하고 생각해봐서 가입철회를 할수 있나요?(구체적으로 설명할 경우) → b
 - ③ (질문에 대한 안내가 미흡한 경우; 가입철회기간이나 절차에 대한 명확한 대답이 없는 경우) → c
9. 이상품은 고객님의 서명없이 전화녹취하여 가입처리 됩니다.
- ① (안내하는 경우) → a

- ② (안내하지 않는 경우) → 지금 가입이 되는건가요? 아니면 서류에 서명해야 가입이 되나요? (가입처리절차에 대해 구체적으로 설명할 경우) → b
- ③ (질문에 대한 안내가 미흡한 경우; 서명없이 전화로가입이 가능하며 대리 녹취물을 소비자가 요구할 시에 팩스 등으로 보낼 수 있다는 등의 가입절차에 대한 구체적인 설명이 없을 경우) → c

10. 보험가입후 보험금지급사유가 발생하게 되면 000-0000으로 연락주시면 됩니다.

- ① (가까운지점이나 본사의 연락처, 절차에 필요한 구비서류를 상세히 안내하는 경우) → a
- ② (안내가 안할 경우) → 나중에 보험금을 받을때는 어떻게 해야 하는지 구체적으로 설명해주세요?(자세히 안내할 경우) → b
- ③ (질문에 대한 안내가 미흡한 경우; 연락처만을 안내하거나 설명을 하지 않는 경우) → c

11. 00보험 상담원 000 입니다. 궁금한점 있으시면 000-0000로 연락주십시오.

- ① (정확하게 안내하는 경우) → a
- ② (이름만을 밝히는 경우) → 다시 문의하려면 몇 번으로 걸어야 하나요? (상담원 이름과 소속 연락처를 안내한 경우) → b
- ③ (질문에 대한 안내가 미흡한 경우; 직접 동일상담원과 연결되는 연락처가 없거나 다시 대표번호로 연락해야 한다고 설명할 경우) → c

12. 좀더 자세히 살펴보실수 있도록 안내장을 보내드리겠습니다. 주소나 이메일이 어떻게 되시나요?

- ① (상담자가 안내를 마친 후 전자우편이나 팩스를 통해 설계내용을 보내겠다고 응답한 경우) → a
- ② (안내하지 않는 경우) → 상품에 대한 안내장을 받아 볼 수 있을까요?(설계내용을 보내겠다고 응한 경우) → b

- ③ (요구사항에 대한 응답이 미흡한 경우; 회사방침상 보내줄 수 없다고 한 경우) → c

13. 통화연결시점에서 상담종료 후까지의 시간은 몇분 몇초입니까?

지침서 체크<1~4번>

→ 상담자가 각문항에 관한 내용을 언급하는 경우에는 예

→ 언급하지 않는 경우에는 아니오

※ 3, 4 번은 언급할 경우 아니오, 언급하지 않는 경우 예에 체크하십시오.

1. 암관련 보장은 계약체결일로부터 90일이 지난날의 다음날부터 보장받게됩니다.

① 안내하는 경우 → 예

② 안내하지 않으면 → 아니오

2. 중도해약시 ___원이 지급되며 납입원금과 비교하여

① 안내하는 경우 → 예

② 안내하지 않으면 → 아니오

3. A회사의 상품과 비교하여 이러한점이 좋습니다.

① 안내하지 않으면 → 예

② 안내하는 경우 → 아니오

4. 지금가입하시면 이러한 혜택을 받으십니다.

① 안내하지 않으면 → 예

② 안내하는 경우 → 아니오

갑 : (가입의사 확인)

을 : 네, 잘 알았구요, 남편(or 부모님)과 한번 상의해보고 결정할게요.