

설계사 잃은 보험 '고아계약' 여전... 1200%를 '있으나 마나'

작년 보험계약 이관 3094만건
고아계약 규모는 439만건 달해
설계사 절반이상 1년 안돼 이탈
올 도입 '1200%룰' 무용지물



보험업계의 고아·이관계약이 좀처럼 해결되지 않고 있는 모습이다. /유투이미지

보험설계사를 잃거나 바뀌는 일명 '고아·이관계약'이 여전히 기승을 부리고 있다. 특히 보험설계사들의 보험 판매수수료 총지급률을 월납보험료의 1200%로 제한하는 '1200% 룰'이 사실상 무의미하다는 지적이 나온다.

◆설계사 잃은 계약...관리 미흡

7일 보험업계에 따르면 지난해 보험계약 이관은 3094만건에 달하는 것으로 나타났다. 생명보험사와 손해보험사 각각 1725만1954건, 1369만477건이다.

같은 기간 고아계약의 합산 규모는 439만건으로 나타났다.

보험계약 이관이란 기존에 보험을 계

약했던 보험설계사의 이직·퇴사로 담당 보험설계사가 교체된 보험 계약을 의미한다. 이관이 되지 않고 담당 보험설계사 자리가 공석으로 남게 되면 '고아계약'으로 불린다.

생보사별로는 신한라이프의 고아계약이 지난해 월평균 10만8797건으로 가장 많았다. 이어 교보생명과 처브라이프도 각각 4만8338건, 4만7136건으로 뒤를 이었다.

손보사의 경우 롯데손보가 가장 많은 39만건을 기록했다. 이어 흥국화재와 NH농협손보의 고아계약도 각각 12만건, 1만6000여 건에 달했다.

이처럼 보험업계의 고아·이관계약이 지속되고 있는 데는 설계사들의 잦은 이탈이 주된 원인으로 꼽힌다.

실제 같은 기간 13개월차 설계사등록 정착률은 생보사 평균 40.9%, 손보사 평균 56.7%에서 그쳤다. 생·손보사를

불문하고 절반이 넘는 보험설계사가 근무 1년도 안 돼 이직하거나 퇴직하고 있다는 의미다.

◆'1200% 룰' 기대 높았지만...

이에 따라 지난 2월 도입된 보험업계 1200%룰의 실효성에 대한 의문이 나온다. 1200%룰이란 보험설계사들의 계약 1년 차 수수료와 시책비 등을 포함한 보험 판매수수료 총지급률을 월납보험료의 1200%로 제한한다는 취지의 개편안이다.

앞서 보험업계에서는 보험설계사들의 잦은 이직으로 인한 소비자들의 피해를 막기 위해 1200%룰을 도입했다. 수수료에 제한을 걸면 보험설계사들의 잦은 이직이 줄어들 수 있다는 판단에 따라였다.

1200%룰을 도입하기 이전 보험대리점(GA)에서는 최대 1400%까지의 수수료를 보험설계사에게 지급했던 것으로 알려졌다.

처음 도입 당시 업계에서는 개편안을 통해 보험 설계사들의 잦은 이직 방지는 물론 불완전판매 감소에 대한 기대감도 높았다.

하지만 도입 이후에도 여전히 고아·이관계약이 좀처럼 줄고 있지 않은 모습이다.

보험업계에서는 고아·이관계약의 경우 사실상 보험설계사들의 도덕적인 부분과 직결된 문제라고 강조했다. 즉, 제도적으로는 해당 사례를 방지하기 어려울 것이라 설명했다.

보험업계 관계자는 "고아계약은 원천적으로 GA나 보험설계사들의 도덕적인 부분이다. 다만 수수료가 보험설계사들의 주 수입원인 만큼 잘 지켜지지 않는 부분이 있는 것 같다"라며 "사실상 보험영업에 있어 아예 보험설계사 자체가 사라져야 해결될 수 있는 고질적인 문제"라고 말했다.

/백지연 기자 wldus0248@metroseoul.co.kr

무·저해지 보험 '해지율 산출 기준' 마련

금융위, 보험 제도개선방안 발표
들쭉날쭉 해지 환급금 피해 방지

내년부터 해지환급금이 없거나 일반 보험상품보다 해지환급금이 적은 보험상품은 '해지율 모범규준'에 따라 해지율을 산출해야 한다. 보험사가 상품을 저렴하게 판매하기 위해 해지율을 높게 산정한 경우 보험사의 재무부담이 커질 수 있고, 해지율을 낮게 산정한 경우 보험료가 비싸져 소비자 피해가 발생할 수 있어서다.

금융위원회는 7일 이 같은 내용을 담은 무·저해지 보험 제도개선방안을 발표했다. 금융위에 따르면 무·저해지 보험은 저금리가 장기화되고, 가격경쟁이 치열해지면서 판매가 증가하고 있다. 2016년 30만4000건이던 신계약건수는 2018년 171만7000건, 2020년 443만5000건, 2021년 8월기준 279만8000건으로 증가했다.

이에 따라 금융위는 내년부터 '해지율 산출기준'을 적용한다.

지금까지 보험사는 무·저해지 보험 상품을 설계할 경우 상품의 특성없이 예정해지율을 높게 설정해 보험료를 낮췄다. 예컨대 어린이 보험의 경우 어린이가 대상이라는 이유로 해지율을 높게 설정했지만, 부모가 보험료를 납부하기

〈일반 보험상품과 무해지상품 비교 예시〉

구분		일반상품	무해지 상품(50%형)
환급금	납입중	100% 지급	미지급
	납입후	100% 지급	50% 지급
월보험료		63,000원	38,000원
해지 환급금	보험료 납입중	1,000만원	0원
	보험료 납입후	2,000만원	1,000만원

〈해지환급금이 일반상품대비 50% 낮음〉

때문에 해지율이 낮다. 이 경우 보험사는 예상보다 보험금 지급이 증가하고, 환급금까지 발생하기 때문에 재무적 부담이 커질 수 있다.

앞으로는 해지 환급금 수준이 낮으면(10%, 50%), 해지율을 더 낮게(0.2%, 1%) 적용한다. 보험료 납입 중 해지율은 기간이 경과할 수록 낮아지게 한다. 5차년도는 5%, 10차년도는 2% 등이다.

보험료 납입완료 후 해지율은 납입중 해지율보다 낮게 적용한다. 일정기간 보험료를 납입하고 잔여보장만 남은 경우 해지할 가능성은 낮기 때문이다. 단, 보험료 납입이 끝나면 환급금이 발생하기 때문에 납입종료 직전에는 해지율을 낮추고 직후에는 해지율을 높인다.

보험사가 상품 설계시 재무적 영향을 미리 확인하고 판매할 수 있도록 '해지율 민감도 분석기준'도 적용한다.

보험사는 보험만기까지의 현금흐름을 분석하고 판매가 예상되는 상품구성 및 판매량을 가정해 손익민감도를 분석해야 한다. 위험률, 사업비용, 투자수익률 등 중요한 요소들이 변경되는 상황을 가정해 해지율 변화 시나리오와 그에 따른 수익성을 분석해야 한다.

이밖에도 보험개발원은 해지율 정보를 수집·분석해 해지율 산업가정, 평균 해지율 등을 보험사에 주기적으로 제공한다. 보험개발원과 외부계리법인은 보험료를 적정성 검증대상에 위험률, 책임준비금 등과 함께 해지율을 포함한다.

해지율 산출·검증 모범규준은 사전예고를 거쳐 2022년부터 시행된다. 보험업법 시행령, 감독규정 등 법규 개정 사항은 입법 예고 등 절차를 거쳐 내년 상반기 완료할 예정이다.

/나유리 기자 yul115@

우리금융, 디지털혁신 문화 확산 박차

지주사 전 직원 대상 특강 실시
그룹 '디지털 넘버원 도약' 추진

우리금융그룹이 디지털 문화 확산을 위해 지주사 전 직원을 대상으로 디지털 특강을 실시한다고 7일 밝혔다.

디지털 특강은 우리은행과 우리카드, 우리에프아이에스, 우리금융경영연구소의 디지털 분야 실무 담당 직원이 직접 강사가 돼 매월 2회, 총 12회에 걸쳐 주기적으로 이뤄진다.

특히 ▲메타버스 ▲인공지능 ▲빅데이터 ▲블록체인 ▲마이데이터 ▲디지털 트렌드 등 다양한 디지털 전문분야별 이론과 사례 중심으로 비대면을 통해 진행된다.

이를 통해 우리금융은 디지털 실무를 담당하지 않는 직원도 디지털 기술과 서비스에 대한 이해도를 높여 그룹 핵심 경영전략인 '디지털 넘버원 도약'을 완성한다는 계획이다.

우리금융은 상반기부터 디지털 분야 실무 담당 직원이 그룹사 경영진에게 다양한 정보를 소개하는 '디지털 인사이드' 특강을 진행하고 있다.

손태승 우리금융 회장은 "이제 디지털부문은 미래를 담보할 생존의 문제로 인식해야 한다"며 "이번 특강을 전 직원이 디지털 마인드를 갖추고 그룹 전체에 디지털 문화를 더욱 확산시킬 좋은 기회로 삼아 달라"고 말했다.

/이승용 기자 lsy2665@

'더프리뷰 아트워크 위드 신한카드' 진행

신한카드 아트플러스 주관 기획
본사로비 흥범 작가 설치미술 선택

신한카드가 '더프리뷰 아트워크 위드(with) 신한카드'를 진행한다.

신한카드는 본사 로비부터 6개 지역의 50개 갤러리 코스, 메타버스 전시회에 이르기까지 다양한 방식으로 투어 가능한 더프리뷰 아트워크 위드 신한카드 행사를 진행한다고 7일 밝혔다.

이번 아트워크는 오프라인(사옥 및 갤러리)과 온라인(아트 플랫폼), 메타버스(제페토)를 하나로 연결해 작품을 감상하고 소장할 수 있도록 구성, 신한카드 사내벤처인 아트플러스(ART+) 주관으로 기획했으며 오는 14일까지 운영한다. 먼저 서울 중구 을지로에 위치한 신한카드의 본사 로비를 작품으로 꾸몄다. 현재 뉴욕에서 활동 중인 '흥범' 작가의 설치 미술을 사옥 1층 로비에 전시, 크리스마스 트리를 연상케 하는 작품을 오르골의 선율과 함께 선보여 예술 경험을 선사한다. 특히 코로나 펜더



신한카드가 서울 중구 소재 본사 로비에 사옥 안팎에서 자유롭게 감상할 수 있는 설치미술 작품을 전시했다. /신한카드

믹 치유와 희망의 메시지를 담은 작품을 선보여 사옥 안팎에서 감상할 수 있도록 기획했다.

관람객이 코스를 직접 선택해 방문할 수 있도록 총 50개의 갤러리를 6개 코스로 구성한 갤러리 투어도 마련됐다. 작가 90여명의 전시 내용을 보고 코스를 선택할 수 있도록 갤러리 투어맵이 제공되며 갤러리를 방문할 때마다 스탬프를 찍을 수 있는 아트 패스포트(Art Passport)로 완성 미션의 재미를 더했다.

/권소원기자

수능시험 마친 고3 대상 비대면 금융특강

NH농협은행 오늘부터 선착순 접수
초등학생 대상 특강도 실시 예정

NH농협은행은 오는 22일부터 3일간 서울 중구에 소재한 NH농협은행 '청소년 금융교육센터'에서 수능시험을 마친 고3 수험생을 대상으로 비대면 금융특강을 실시한다.

이번 특강은 '신용은 나의 얼굴! 슬기

로운 신용관리법'이란 주제로 진행된다. 고3 수험생들이 사회에 진출하기 전 반드시 알아야 할 신용과 부채의 개념, 신용카드 사용법 및 신용점수제 등 기본적인 금융상식에 관한 내용으로 구성됐다.

또한, 초등학생을 대상으로 '초등투자 첫걸음'이라는 주제의 금융특강도 실시할 예정이다. 어린이들의 눈높이에

맞추어 쉽게 풀어낸 금융의 기본 개념과 올바른 투자방법에 관한 내용 등이 담겨 있다.

농협은행은 코로나19 확산에도 금융교육 활성화를 위해 지난달 기준 총 5109명의 수강생에게 199회의 비대면 금융교육을 실시해왔으며, 앞으로도 지속할 계획이다.

이번 고3수험생 대상 금융특강은 오는 8일부터 NH농협은행 청소년금융교육센터 홈페이지에서 선착순으로 접수를 시작한다.

/권소원 기자 think@