

싱가포르, 보험산업 신뢰 강화를 위한 실행 계획 발표

김연희 연구원

요약

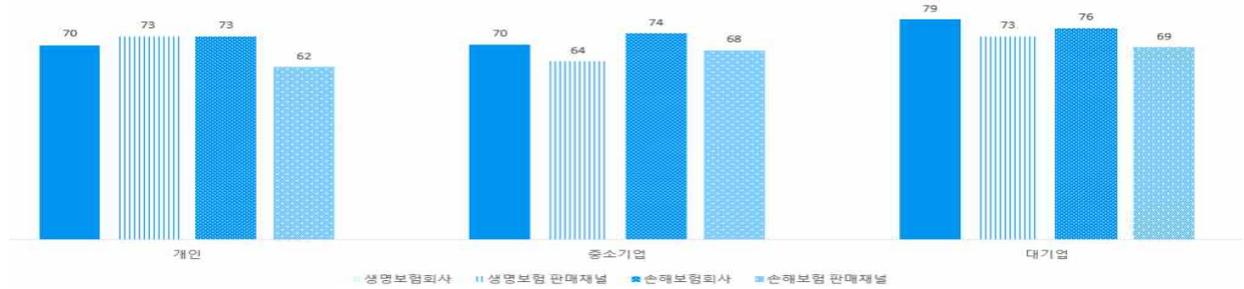
싱가포르는 보험산업의 신뢰문화 정착 및 준법기준 강화를 위해 보험문화 및 영업행위 운영위원회를 운영하고 있음. 2024년 보험문화 및 영업행위 운영위원회는 '보험신뢰도 설문조사'를 실시함. 설문조사 결과를 기반으로 생명보험업계에서는 판매채널의 업무 방식 개선, 소비자 맞춤형 참여 확대 등을 추진할 예정임. 손해보험업계에서는 분쟁 모니터링 실시, 소비자 서비스 향상, 청구 처리의 투명성을 지속적으로 강화할 예정임

- 싱가포르는 보험산업의 신뢰문화 정착 및 준법기준 강화를 위해 보험문화 및 영업행위 운영위원회(Insurance Culture and Conduct Steering Committee; ICCSC)를 운영하고 있음
 - 보험문화 및 영업행위 운영위원회는 2019년 12월 싱가포르 통화감독청(MAS), 손해보험협회(GIA), 생명보험협회(LIA), 재보험협회(SRA)에 의해 설립되었으며, 현재는 11개 보험회사, 재보험회사, 재무자문 및 컨설팅 회사 등의 회원으로 구성됨
 - 본 기관의 목표는 싱가포르 보험시장에서 모범 기준을 개발하고 이를 배포하며, 이해관계자들에게 다양한 권고안을 제시함으로써 보험문화와 영업수준을 향상시키는 데 있음
- 보험문화 및 영업행위 운영위원회는 2024년 2월부터 4월까지 개인 고객 3,044명, 중소기업·대기업 고객 506명을 대상으로 '보험신뢰도 설문조사'를 실시함
 - 본 설문조사는 싱가포르 보험산업의 신뢰 성과에 대한 인식을 제고하는 데 도움을 줄 수 있는 질문으로 구성됨¹⁾
- 설문조사 결과, 개인 및 기업 고객은 판매채널보다는 보험회사에 대한 신뢰수준이 상대적으로 높은 것으로 나타남(<그림 1> 참조)
 - 신뢰 유형별 결과를 살펴보면, 개인 고객은 생명보험회사와 손해보험회사의 도덕성·책임성을 신뢰의 핵심 요소로 생각한 반면, 기업 고객은 생명보험회사와 손해보험회사의 전문성·공감을 신뢰의 핵심 요소로 생각하고 있는 것으로 나타남²⁾(<그림 2> 참조)

1) 주요 질문에는 각 고객별 보험산업의 신뢰 지표 점수, 보험회사와 판매채널 간 신뢰수준의 차이, 보험 청구 경험 유무에 따른 신뢰 성과 차이, 보험회사와 판매채널의 신뢰 지표 점수에 영향을 미치는 요인, 보험회사가 신뢰 개선을 위한 핵심 실행 과제 등의 내용이 포함됨
 2) 신뢰 유형은 책임성(Accountability), 전문성(Competence), 일관성(Consistency), 신뢰성(Dependability), 공감(Empathy), 도덕성(Integrity), 투명성(Transparency)으로 총 7가지로 구분함

〈그림 1〉 개인 및 기업 고객의 보험회사·판매채널에 대한 신뢰도

(단위: %)



자료: ICCSC(2024), “Measuring Customer Trust in Insurance”

〈표 1〉 개인 고객의 보험산업에 대한 신뢰 유형 순위

구분	생명보험회사	생명보험 판매채널	손해보험회사	손해보험 판매채널
1	도덕성	일관성	책무성	공감
2	전문성	전문성	신뢰성	일관성
3	신뢰성	신뢰성	전문성	책무성

〈표 2〉 기업 고객의 보험산업에 대한 신뢰 유형 순위

구분	생명보험회사	생명보험 판매채널	손해보험회사	손해보험 판매채널
1	전문성	전문성	공감	도덕성
2	일관성	투명성	일관성	공감
3	투명성	공감	투명성	신뢰성

자료: ICCSC(2024), “Measuring Customer Trust in Insurance” 자료: ICCSC(2024), “Measuring Customer Trust in Insurance”

- 보험문화 및 영업행위 운영위원회는 설문조사 결과를 기반으로 보험산업의 신뢰를 강화하기 위한 실행 계획을 발표했으며, 생명보험업계에서는 판매채널의 업무 방식 개선, 소비자 맞춤형 참여 확대 등을 추진할 예정임
 - 생명보험업계는 보험설계사, 독립재무상담사(IFAs), 재무자문가(FAs) 등 판매채널에게 2025년 1월부터 ‘생명보험 판매채널의 모범 사례’를 제공하여 판매채널의 업무 방식을 보다 표준화된 방식으로 정립하고자 함
 - 생명보험회사에게 고객이 선호하는 채널을 활용하여 주요 생애 사건에서 고객 참여를 강화할 방안을 검토할 것을 권장할 계획임
 - 2024년 3분기 기준 싱가포르 생명보험회사의 판매채널은 보험회사전속채널(37.1%), 금융자문대리사(33.4%), 온라인채널(14.8%), 은행(10.4%), 기타 판매채널(4.3%) 등의 순임³⁾
- 손해보험업계에서는 분쟁 모니터링 실시, 소비자 서비스 향상, 청구 처리의 투명성을 지속적으로 강화할 예정임
 - 손해보험업계는 보험회사의 분쟁 사건 관련 통계를 모니터링하고, 고객의 불만을 공정하게 해결하기 위해 금융산업 분쟁조정센터(FIDReC)와 싱가포르 소비자협회(CASE)와 협력하여 분쟁 사례를 처리할 예정임
 - 2023년 7월부터 2024년 6월까지의 분쟁 건수는 생명보험·종합보험회사 389건, 손해보험회사 241건이었으며, 청구 유형별로는 금융기관의 업무행위 준수사항 관련 분쟁이 694건, 영업행위 관련 분쟁이 376건, 서비스 표준 관련 분쟁이 263건으로 집계됨⁴⁾
 - 손해보험회사는 판매채널이 고객에게 필요한 서류를 명확히 안내해 보험 청약 과정을 쉽게 이해할 수 있도록 교육하고, 보험금 청구 과정에서는 진행 과정을 투명하게 공개함으로써 고객의 신뢰를 높이고자 함

3) LIA 홈페이지(<https://www.lia.org.sg/news-room/industry-performance/>)

4) FIDReC 홈페이지(<https://www.fidrec.com.sg/knowledgebase/article/KA-01305/en-u>)