

대면채널 모집조직의 보험사기 인식도에 관한 연구

-전속모집조직과 독립법인대리점을 중심으로-

(A Study on Awareness of Insurance Fraud in Multi-Channel Soliciting Organizations : Focusing on Exclusive Soliciting Organizations and General Agencies)

표성엽* · 이호승**
Seongyeop, Pyo Hoseung, Lee

<국문초록>

본 연구는 2000년대 중반 이후 급증하고 있는 보험모집종사자의 보험사기 인식도를 조사하여 이들이 견지하고 있는 사기의 이해도와 정도를 확인하고자 한다.

연구자는 보험모집인의 사기행위를 보험 산업의 신뢰도를 실추시키는 가장 중요한 요인으로 판단하고 이들의 모집활동과 관련한 사기 인식도를 분석하여, 단변량 및 다변량 분석방법을 통한 모집인 집단의 인식도 비교연구를 진행하였다. 분석결과, 보험모집조직이 견지하고 있는 사기 인식도는 검정 값을 상회하는 수준으로 대체로 양호한 인식도를 보였다. 전속모집조직과 독립법인대리점간의 사기 인식도 비교 결과, 두 집단 간의 사기 인식도는 큰 차이가 없는 것으로 확인되었으며, 모집조직의 교육수준과 소득수준에 따른 인식도에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 변수정제 과정을 통해 정의된 ‘사기적발 인식도’ 문항 중 보험사와 사법당국의 보험사기 예방 및 적발노력이 효율적이라는 인식도에 영향을 미치는 변수는 성별, 소득(400만~450만), 경력(5년~10년, 10년~15년), 독립법인대리점으로 분석되었다. 본 연구에서 독립법인대리점 모집조직은 보험사기를 중대한 범죄로서 인식하는 ‘범죄인식도’ 수준이 전속모집조직보다 높은 것으로 분석되어 기존의 선행연구들과는 배치되는 의미 있는 결과로 판단된다.

※ 국문 주제어 : 보험모집종사자, 보험사기, 보험사기 인식도, 보험사기 관심도, 사기적발 인식도

* 경영학박사, MG손해보험(주) 보상전략파트 과장

** 경영학박사, 국민대학교 파이낸스보험경영학과 외래교수

투고일: 2015. 12. 25. 심사일: 2016. 01. 13. 게재확정일: 2016. 02. 18.

I. 머리말

보험은 경제주체가 직면하게 되는 다양한 위험을 효율적으로 대처하고 관리하고자 고안한 방법 중 가장 합리적이며 효율적인 경제제도이다.

보험은 위험을 전가하고 결합하여 우연적 손실을 보상하는 합리적인 제도로 우리사회 전 부문에 표출된 위험으로부터 안정성을 제공한다(김동훈2011). 그러나 보험계약은 사행계약의 특수성으로 인하여 보험사기를 필연적으로 수반하기도 한다. Picard(1996)는 보험시장이 완전경쟁시장이고 보험계약자는 언제든지 사기행위를 할 수 있는 기회주의자이며, 보험회사는 보험계약자의 이러한 성향에 관한 정보를 전혀 얻지 못하는 정보비대칭이 존재하기 때문에 사기 조사를 통해 보험사기를 완전히 제거하는 것은 불가능함을 주장하였다. 이와 같은 사기조사는 보험계약체결 이후에 사후적 측면의 보험사기 예방책으로, 연구자는 보험계약체결 이전단계에서 진행되는 보험모집조직의 보험사기 인식도를 확인하고자 한다.

최근 일부 보험모집인은 보험전문지식을 악용하여 민영보험금을 편취하고 본인이 모집한 보험가입자, 가족, 지인 등과 공모하거나 개인정보를 불법적으로 활용하는 사례가 증가하고 있다. 이들은 모집한 계약의 보험가입자와 공모하여 보험금을 편취하는 과정에서 특정 의료기관의 관계자와 결탁하여 진료기록을 위조하고 보험금 청구과정에 깊숙이 관여하는 등 보험사기 브로커 역할도 수행하고 있다. 이에 금융감독원은 보험사기인지시스템(IFAS)¹⁾을 통한 분석 결과를 토대로 보험사기에 연루된 모집종사자에 대하여 기획조사를 실시하였다. ‘15.1월부터 6월까지 진행된 기획조사 결과, 모집종사자 136명(편취금액 21억원)이 적발되어 보험모집조직의 보험사기 행위가 심각한 수준으로 확인되었다.

최근 증가하는 보험사기의 근본적인 원인에 대하여 우리 법원은 다음과 같이 판단하고 있다.²⁾ ‘보험회사가 지나치게 상업적인 보험 상품을 개발하고 일부 부도덕한 모집인을 고용하여 무리한 보험가입을 유도하고 있으며, 보험계약자 등에 대한 불성실한 사후관리 등에 기인한 사정’을 주된 사기의 원인으로 판단

1) Insurance Fraud Analysis System

2) 부산지법 2012고단 6678 사기, 1심 판결

하며, 이를 기준으로 양형기준을 제시하였다. 이와 같은 법원의 판단은 일부 보험모집조직이 견지하는 사기 인식도가 직접적인 사기 유발의 요인으로 작용하고 있음을 의미한다.

Tennyson(2002)은 보험사기가 발생하는 근본적인 원인을 보험계약자 등의 인식에서 찾고 인식의 변화를 촉구한바 있다. 본 연구는 보험모집조직의 사기 인식도를 통해 이들이 견지하고 있는 사기의 이해도와 정도를 확인하고자 한다. 이를 위해 연구자는 특정 채널을 통한 보험모집인의 사기 인식도를 조사하여 계약모집 단계에서 이들의 보험계약이 보험사기로 악용되는 인식수준을 분석하고자 한다.

연구자는 보험모집인의 사기행위를 보험 산업의 신뢰도를 실추시키는 가장 중요한 요인으로 판단하고 이들의 모집활동과 관련한 사기 인식도를 분석하여 단변량 및 다변량 분석방법을 통한 모집인 집단의 인식도 비교연구를 진행하고자 한다. 통계적 연구를 위해 전속모집인과 독립법인대리점 모집조직을 대상으로 인구학적, 경제학적 변수를 포함하여 사기 인식도에 대한 설문조사를 실시하였다. 선행연구와 연구자가 설정한 측정도구에 대하여 요인분석(factor analysis), 신뢰도분석(reliability analysis) 등의 과정을 변수를 정제하여 최종 선정된 문항을 중심으로 연구자가 설정한 연구문제를 검증하고자 한다. 이 과정에서 전속모집인과 독립법인대리점 집단 간의 인식도 특성을 확인하기 위해 독립표본 T검증(independent sample t-test)과 일원배치 분산분석(one-way anova), 다중회귀분석(multiple regression)을 이용하고자 한다.

II. 선행연구

보험사기는 도덕적 해이라는 연구 영역에서 출발하였지만, 보험사기에 관한 이론 연구의 출발은 범죄경제학이라는 새로운 영역을 개척한 Becker(1974)에 의하여 최초로 시도되었다. Becker는 그의 저서 ‘Crime and Punishment’를 통해 범죄에 대한 무한처벌 보다는 적정처벌이 효과적이라는 이론적 틀을 제시하였다. 그는 범죄로 인한 사회적 손실을 최소화하는 것을 최적의 결정(optimal decision)

으로 표현하며, 경제적 분석을 이용하여 불법 행위를 차단하기 위한 최적의 정책 개발을 주장하였다. 그의 연구에서 가장 주목할 만한 부분은 보험사기를 경제학적 관점으로 접근하면서, 보험사기로 인한 총 비용보다 보험사기 적발을 통한 총 이익이 크다면 보험사기 적발에 대한 투자는 증가한다는 이론을 설명하였다.

특정 집단을 통한 보험사기 인식도에 관한 연구는 2000년대를 기점으로 이루어졌다. 이기형(2007)은 보험사기 유발요인의 발굴 및 개선방안의 연구를 위해 국내 보험회사 및 관련기관의 보험사기 전문가를 대상으로 보험회사 경영과정 및 사회제도적인 측면에서 보험사기 유발요인 가능성과 발생현황에 대해 5점 척도로 설문을 실시하였다.³⁾ 동 연구의 경우 업계 보험사기 실무자들을 설문 대상으로 선정하였으며 설문에 대한 결과 값은 향후 보험사기 예방을 위한 우리업계가 개선해야 할 방향성을 제시하고 있다.⁴⁾ 특히 주목할 부분은 설문 응답자들이 보험사기를 유발하는 주요 유인 요소로서 보험사기를 합리화(rationalism)하는 일반인의 인식(public attitude) 수준이 상당히 낮으며, 심지어 보험사기를 희생 없는 범죄(victimless crime)로서 인식하고 있다는 점이다. 즉 보험을 위험대비 수단으로 인식하지 못하고 저축 내지는 연금의 성격으로 인식하여 고의적으로 보험사고를 유발하거나 실제보험사고가 발생하더라도 인위적인 행위를 통해 보험금을 부당하게 편취하는 인식이 만연되어 있다고 볼 수 있다. 이러한 인식구조의 개선이 보험사기 예방의 가장 중요한 선행단계로 판단하고 있다.

송윤아(2010)는 보험사기에 대한 인식 및 태도조사를 연구하고자 성인 남녀 803명을 대상으로 직접방문 형태의 5점 척도의 면접조사를 통해 보험사기 행태별로 보험사기에 대한 일반인의 인식 및 태도에 영향을 미치는 요인을 검증하여 보험사기 방지방안을 제시하였다.

설문에 적용된 주요 설문문항은 보험사기 용인도, 보험사기 만연도에 대한 인식, 보험사기 발각가능성에 대한 인식, 보험제도와 보험회사에 대한 태도 등이며 기본적으로 설문대상자의 인적변수를 포함하고 있다. 구체적인 결과 값으로는 전체 응답자의 24~36%가 보험사기를 항상, 대부분, 또는 가끔 용인할 수 있다는

3) 생명보험 22개사, 손해보험 17개사, 금융감독원 등 총 453개의 설문응답 자료를 수집하였다.

4) 보험회사의 보험사기 유인 요소에는 보험사기를 유도하는 상품개발, 불완전한 판매 채널, 부실한 언더라이팅을 그 원인으로 설명하고 있다.

의견을 보였으며 특히 손실과장 형태의 보험사기에 대하여 가장 관대한 태도를 취하는 것으로 나타났다. 전체 응답자의 10~33%는 보험사기가 대체로 또는 매우 만연되어 있는 것으로 인식하였고 특히 고의의 사고를 유발하는 형태의 보험사기가 가장 만연되어 있는 것으로 인식하였다. 기타 주목할 만한 결과로는 응답자의 14%가 보험가입 시 불리한 사실을 숨겼거나 보험금을 부풀려 청구하는 행위가 거의 또는 절대적으로 발각되지 않는다는 의견을 보였으며, 응답자의 48%는 보험사기 행위로 인하여 자신이 납부하는 보험료가 높아졌음을 인지하고 있었다.

Tennyson(2002)은 미국의 보험사기 개선방안과 관련하여 보험계약자의 보험금 청구 경험에 따른 보험사기 수용 태도에 관한 인식도 연구를 진행하였다. 그는 보험계약자가 갖고 있는 보험에 대한 인식을 보험사기를 유발하는 주요 요인으로 판단하였으며, 그 가운데 보험계약자 집단의 보험금 청구 경험, 보험가입 건수, 공제조항과 같은 보험제도의 사행성 억제 유발 제도 등을 통해 미국의 보험계약자를 대상으로 한 설문조사에서 다음의 세 가지 사항에 대한 의미 있는 결과를 제시하였다. 첫째, 보험소비자의 상당수(73.75%)는 보험금청구에 있어 자기 부담금부담을 회피하기 위해서 보험금을 과다청구 하는 것이 일반적이라고 생각하는 것으로 조사되었다.

이는 자기부담금 제도의 취지가 보험사기를 유발하는 요인으로 악용되는 사실을 보여주는 의미 있는 결과로 판단된다. 둘째, 보험금청구 경험이 있는 개인일수록 보험사기를 용인할 가능성이 낮다는 것을 보임으로써 보험사기 방지책으로서 보험교육의 중요성을 강조하였다. 보험금청구권자 입장에서 보험금 청구 경험은 보험회사의 보험금지급과 관련한 체계를 인식하게 된다, 그 과정에서 보험금 지급과 관련한 보험회사의 합리적이지 못한 보험금지급 철자상의 문제점을 발견할 수 있으며, 사기적 청구에 대한 적발 가능성을 인식할 수 있기 때문에 보험사기를 용인할 가능성이 낮아지는 것으로 판단한다. 이와 같은 결과는 자동차보험 대인배상의 보험금청구 빈도 증가에 따라 보험사기 용인 태도가 낮아지는 결과를 보여준 Cummins and Tennyson(1996)의 기존 연구와 유사한 결과이다. 셋째, 보험소비자의 보험계약 건수가 많을수록 보험사기를 용인할 가능성이 더 낮아지는 것으로 확인되었다. 이와 같은 연구결과는 다수의 보험계약을 보유한

사람일수록 보험사기를 유발할 가능성이 높으며, 다수의 보험계약을 보유한 사실은 보험의 효용 측면에서 벗어나 보험사기의 도구로서 인식하고 있는 우리 업계의 실상과는 배치되는 결과이다.

Ⅲ. 이론적 연구

1. 사기주체에 대한 감독

보험사기 주체에 관한 감독은 명문화된 사기 정의를 통해 사기주체의 확정이 선행되어야 한다. 미국의 사기주체에 대한 감독방향과 우리의 경우를 비교하고자 한다. 국제보험감독자협의회(IAIS: international association of insurance supervisors)는 우리나라를 포함한 회원국가의 보험 산업과 시장 감독의 표준이 되는 보험핵심원칙(ICPs: insurance core principles)을 제공하고 있는데, IAIS ICPs 21에서 보험사기의 정의를 다음과 같이 규정하고 있다. 보험사기는 제3자 또는 자신을 위해 이득을 얻으려고 하는 기망행위(act) 또는 태만(omission)을 의미한다. 또한 보험사기 발생하는 대상자에 관하여 보험사, 보험사 임직원, 모집종사자, 회계사, 감사인, 고문, 손해 사정사, 제3의 청구자, 보험계약자 등을 언급하고 있다. 한편 전미보험감독자협회(NAIC: national association of insurance commission)에 의해 작성된 ‘보험사기방지모델법’은 기망의 의도를 지니고 다음의 하나 또는 다수를 범하거나 그와 관련된 주요 정보를 은폐한 자에 의해 행해진 작위 또는 부작위를 보험사기로 규정하고 있다⁵⁾.

- 5) 가. 보험계약상 중요한 사항에 대하여 잘못된 정보를 기재한 서류작성, 제출, 또는 제출토록 하는 행위
나. 계약당시 지급불능 상태에서 행한 권유, 또는 승낙행위
다. 보험자, 재보험자 또는 보험업에 관계된 다른 사람의 자산, 또는 기록의 이전, 은폐, 변경, 파괴 행위
라. 보험자, 재보험자, 또는 보험업에 관계된 사람의 돈, 기금, 보험료, 신용, 그 외 재산의 고의적인 횡령, 절취, 전환행위
마. 보험업을 영위하기 위해 필요한 허가, 승인 등을 받지 않은 불법적 영업행위
바. 이 하위조항에서 열거된 작위 또는 부작위 미수, 원조 또는 교사, 공모행위 등

미 연방정부 경우 사기적 보험행위를 줄이기 위해서 1994년 폭력범죄규제 및 처벌법(violence crime control and law enforcement act)을 통과 시켰으며, 동법의 일부로서 국회는 연방보험사기법(federal insurance fraud prevention act, Title U.S.C. &1033 and &1034)을 제정하였다. 동법은 사기적 보험행위를 하는 보험회사, 보험회사의 임직원과 모집인, 보험회사의 자금을 횡령하는 대리점 등에 대한 처벌을 규정하고 있으며 보험회사의 사기적 보험행위를 “Insurance Fraud” 로 표현하고 있다.

송윤아(2010), Popow(2006)의 연구에 의하면 보험사기의 행위 주체를 미 연방 보험사기법과 유사한 범주로 한정하였는데, 그 대상은 보험계약자, 피보험자, 보험수익자, 보험모집종사자, 보험회사 직원 등이다. 여기서 주목할 부분은 IAIS와 미 연방정부의 경우 보험사기 행위를 우리의 경우처럼 보험금 청구권자의 보험금 청구와 관련된 일방의 행위로 국한하지 않고 보험자 등의 불법적 재무행위 및 영업행위를 포함하여 보험계약 당사자 모두의 신의성실을 요구하고 있다는 점이다. 여기서 보험사기의 행위 주체를 보험회사까지 확대한 부분은 보험 사업을 영위함에 있어 불특정 다수의 보험가입자가 납부한 보험료에 대한 선관주의 의무를 부여함은 물론 정확한 보험금 지급과 공정한 영업행위를 장려하려는 당국의 감독 취지로 판단된다.

우리의 경우 급증하는 보험사기로 인하여 보험 산업의 신뢰도가 실추됨은 물론 심각한 사회범죄를 양산하고 있음에도, 수년간 사기정의를 위한 법안상정에만 그치고 있으며, 보험사기의 법률적 정의를 도출하지 못하고 있다.

<표 3-1> 보험업법 개정안 현황

대표발의	개정안내용	처리결과
정부제안 보험업법안 (08.12.8)	보험사기 정의규정 신설	법제사범위 반대로 폐기
신학용의원 보험업법안 (09.2.12)	보험사기 정의규정 신설	18대국회 임기만료로 폐기
공성진의원 보험업법안 (09.3.16)	보험사기 정의규정 신설	18대국회 임기만료로 폐기
고승덕의원 보험업법안 (10.1.6)	보험사기 정의규정 신설	18대국회 임기만료로 폐기
안민석의원 보험업법안 (13.1.24)	보험사기 정의규정 신설	대안반영 폐기

2. 모집인 사기행위에 대한 감독

최근 5년간 금융감독원 보험사기 적발현황 보도 자료에 의하면, 모집종사자가 가입된 보험사기 적발현황은 2008년 이후 지속적 증가 추세가 뚜렷하다. 모집종사자의 경우 본인 가입계약의 단독적인 보험사기 행위 이외에도 모집종사자가 모집한 다수의 보험계약자 등을 보험사기 행위에 권유 또는 공모하는 유형으로 구분되며 일반인의 보험사기 행위에 비하여 조직적이고 대규모로 보험사기를 유발하기 때문에 그 심각성의 정도와 파급력이 강한 특성이 존재한다. 무엇보다도 보험업에 종사하는 보험인으로서 일반인 보다 보험질서를 엄격히 준수해야 하는 당사자 임에도 불구하고 보험사기의 주체로서 인식되는 측면은 보험 산업의 신뢰도를 실추시키는 가장 큰 요인으로 판단된다.

〈표 3-2〉 보험모집인 적발현황

(단위 : 명, %)

구분	2009	2010	2011	2012	2013
	인원 (구성비)	인원 (구성비)	인원 (구성비)	인원 (구성비)	인원 (구성비)
모집종사자 ⁶⁾	652 (0.3)	810 (1.2)	921 (1.3)	1,129 (1.4)	1,084 (1.4)

이처럼 증가하는 보험모집 종사자의 보험사기 행위에 대하여 2014년 7월 보험사기 연류 모집종사자에 대한 행정제재를 골자로 하는 보험업법 개정안이 정무위원회의 발의로 공포(2014.1.14.)되었으며, 주요 내용은 보험업 종사자의 보험사기 행위를 금지하고 이를 위반한 경우 업무정지 또는 등록취소 등의 제재를 가할 수 있도록 보험업법이 개정되었다(2014.7.15.).

이와 같이 보험모집조직의 보험사기 행위는 법률적 제재를 요하는 심각한 수준으로 나타나게 되었으며, 모집조직의 사기 유발에 관한 최근의 연구 결과 아래의 <표 3-3>과 같이 독립법인대리점 조직에서 그 심각성을 보여주고 있다(표성엽2014).

6) 모집종사자의 경우 설계사, 대리점, 보험사 임직원을 포함한다.

〈표 3-3〉 보험사기 유발요인에 관한 로짓분석

변수명	B	S.E.	Sig.	Exp(B)
성별	-.615***	.156	.000	.541
연령	.139*	.054	.010	1.149
보험개수	.355***	.028	.000	1.427
월보험료	-.077*	.034	.023	.926
상해질병 여부	.159	.148	.282	1.172
독립대리점	.742***	.166	.000	2.101
보험회사임직원	-.104	.240	.667	.902
방카슈랑스	.074	.280	.791	1.077
상수	-2.392	.474	.000	.091
χ^2	311.886			
Cox & Snell R ²	.263			
Nagelkerke R ²	.350			

주1) *p<.05. **p<.01 ***p<.001

3. 대면채널의 변화

보험모집과 관련한 판매채널은 크게 대면채널과 비 대면채널로 구분된다. 대면 채널의 경우 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사, 방카슈랑스 등의 모집형태가 있으며, 비대면채널의 경우 DM(direct mail), MM(mass media), TM(tele-marketing), CM(cyber marketing) 등을 통한 모집형태로 분류된다. 2000년대 중반이후 현재까지 지속되고 있는 보험시장의 경쟁심화 현상과 Berlin & Wellborn(2008)의 시장 성숙모형에 따른 우리 보험시장의 변화는 다양한 보험판매 채널의 등장을 가속화 시켰다. 세부적으로는 보험통신판매인터넷(2001), 방카슈랑스(2003), 홈슈랑스(2003), 독립법인대리점(2005), 교차모집(2008), 마트슈랑스(2009)에 이르기까지 다양한 판매채널과 판매방식(platform)이 도입되었다(안철경·정세창2010). 이 중 독립법인대리점 채널의 성장이 두드러지고 있는 가운데 보험회사는 적극적으로 독립법인대리점 채널을 활용하고 있다.

최근 5년간 독립법인대리점 채널은 연평균 11.7% 성장하여 2013년 말 기준으

로 그 사용인 수가 16.1만 명에 이르고 있으며 이는 교차설계사를 제외한 전체 모집인 수에서 41.6%에 해당하는 수치이다.

〈표 3-4〉 전체 보험모집인 수

(단위 : 명)

연도	생명보험 설계사	손해보험 설계사	독립법인 설계사	전체 모집인
2009	141,067	86,856	113,932	341,855
2010	133,763	83,597	121,411	338,771
2011	141,034	87,893	138,532	367,459
2012	145,933	95,017	145,868	386,818
2013	135,729	90,167	160,870	386,766

아울러 독립법인대리점 채널 간 인수 및 합병을 통해 중대형 법인으로 성장하고 있는데, 사용인 수가 500명 이상인 대형 대리점 또한 2013년 기준 29개에 이르며 이러한 대형 대리점 소속의 사용인 수가 전체 사용인 수의 40%를 차지하고 있으며, 독립법인대리점이 급속하게 성장하고 있는 원인은 높은 모집 수수료 체계 때문이다.

최근 보험회사의 비활동 설계사에 대한 해촉 조치와 함께 전속설계사들의 독립법인대리점으로의 이직 현상이 나타나고 있는데, 저축성보험에 대한 중도해지 환급을 상향조정 및 수수료 분급 확대 등의 규제가 전속 설계사들의 수입 감소로 나타나면서 독립법인대리점의 이직현상이 확대되고 있다. 대형 독립법인대리점의 경우 자체적인 수수료 지급기준을 운영하고 수수료 분급 확대 차원의 보험회사 수당체계가 적용되지 않아 전속 설계사들이 이직할 경우 높은 수수료 체계를 적용받을 수 있다. 또한 2014년 1월 카드 3사의 고객정보 유출사고로 발표된 비 대면채널 가이드라인이 보험회사 TM 영업에 부정적 영향을 미칠 것으로 예상됨에 따라 독립법인대리점 채널의 비중은 향후에도 더욱 확대될 것으로 전망된다(황진태2014).

우리나라의 독립법인대리점은 특정한 보험회사에 소속되지 않고 수 개의 보험

회사의 상품을 판매할 수 있는 비전속채널로 보험회사는 상품을 생산하고 독립법인대리점은 수 개의 보험회사 상품을 판매하는 제관분리의 형태이다(정중영2009).

임동섭(2011)에 의하면 전속채널과 독립법인대리점 사용인의 역선택과 모럴해저드에 관한 인식도 차이에 의한 일원배치 분산분석 결과 두 집단 간 통계적으로 유의한 차이가 있음을 검증하였으며, 독립법인대리점을 대상으로 한 회귀분석 결과 역선택과 모럴해저드 유도요인 5가지 변수 모두 손해율에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 생명보험 및 장기손해보험 보장성상품의 보험사기 연구와 관련하여 양희산(2010)은 질병 상해보험의 고손해율 원인 중 일부의 독립법인대리점이 병원과 결탁하여 본인 및 일가족을 중심으로 생계형 보험사기에 직접적으로 개입함은 물론 주변인에게 전파하여 지역적인 손해율 불량 및 악화현상이 발생하고 있음을 주장하였다. 반면에 보험회사에 전속되어 소속 보험회사의 상품만을 판매할 수 있는 전속채널의 경우, 다른 모집채널과 비교할 때 통상적으로 회사의 소속감과 충성도가 다른 모집채널에 비해 우수한 것으로 확인되었으며, 역선택 위험집단의 유입으로 인한 보험사기를 사전에 방어할 수 있는 모집채널로 인식되고 있다(임동섭2011).

보험계약의 모집채널형태에 따라 위험단체에 흡수되는 역선택 위험의 유형은 상이하다. 손해율 상승의 주요 원인을 역선택 위험집단의 보험사기 행위로 판단할 경우, 실제 모집채널별 손해율과 보험사기 발생 여부는 상당한 관련이 있을 것으로 판단된다.

〈표 3-5〉 모집채널별 손해율 현황⁷⁾

(단위 : %)

구분	2007	2008	2009	2010
전속채널	59.7	64.8	70.8	72.0
독립법인대리점(GA)	65.9	75.2	85.2	91.4
TM/홈쇼핑/방카	60.1	66.6	74.5	77.4

7) 금융감독원, “보험사기 유발요인 개선요약”, 보험조사실 조사분석팀, 2011.

IV. 연구 설계

1. 연구문제 설정

본 연구는 보험모집조직의 보험사기 인식도를 조사하는데, 특히 전속채널과 독립법인대리점 모집조직이 견지하고 있는 보험사기의 관심정도와 보험사기를 범죄로 인식하고 있는지 여부, 보험사기 심각성 등의 인식도를 확인하기 위함이다. 또한 일반의 대상자가 아닌 보험사기에 연루될 가능성이 높은 보험모집에 종사하는 특정 집단을 대상으로 인식도를 분석하는데 그 의의가 있으며, 다음과 같이 연구문제를 설정하기로 한다.

연구문제의 설정은 보험모집조직의 보험사기 인식도를 실증적으로 검증하고자 함이다. 표본 집단 정보는 인구학적 통계 정보와 소득, 경력과 관련한 업무정보, 전속, 독립법인 여부의 소속정보 등을 포함하고 있으며, 사기 인식도 검증에 관한 구체적인 방법은 표본 집단 전체의 인식도와 표본 집단을 구성하고 있는 전속모집조직과 독립법인대리점 모집조직의 인식도 비교연구이다. 아울러 연구자가 투입한 변수들을 대상으로 특정 설문항목의 인식도에 대한 다변량 분석을 통해 특정 인식도에 영향을 미치는 변수를 검증하고자 한다.

(1) 제1 연구문제

특정 계층의 보험사기 인식도 연구와 관련하여 남대우(2014), 남대우 외 2(2013)는 우리나라 대학생들을 대상으로 보험사기 관심정도에 대한 인식도와 보험사기를 형법상의 범법행위로 인식하는지, 사기행위로 인한 피해와 심각성에 대한 인식도, 보험사와 사법당국의 보험사기 적발 및 예방노력 대한 인식도 등에 집중한 바 있다.

이에 연구자는 대면채널 모집조직이 상품판매 단계에서 보험사기를 인식하는 정도와 보험사기가 반드시 적발되는지에 대한 인식도, 일반 사기범죄와 보험사기에 대한 사회적 용인의 정도에 대한 인식도, 보험사와 사법당국의 보험사기 적발 및 예방노력에 대한 효용성에 대한 인식도 등을 각각 검증하고자 한다.

(2) 제2 연구문제

표본 집단을 구성하고 있는 전속모집조직과 독립법인대리점 모집조직이 견지하고 있는 주요 인식도 차이를 검증하고자 한다. 구체적으로는 상품판매 단계에서 보험사기 인지에 대한 인식도 차이, 보험사기 폐해와 심각성에 대한 인식도 차이, 보험사기가 반드시 적발되는지에 대한 인식도 차이 등이다.

(3) 제3 연구문제

안철경·황진태·서성민(2011)은 보험모집인은 보험 상품의 판매자로서 전문성과 고능력을 겸비하는 중요한 요건으로 보험모집인의 학력수준을 제시하였다. 이호승(2014)은 모집조직의 소득수준은 업무성과와 직결되는 가장 중요한 모집활동 요건으로 소득수준이 높은 모집집단의 경우 계약체결 과정에서 우량의 위험을 선별하고 철저한 계약관리를 통한 성과보상을 기대하기 때문에 사기 인식의 정도가 우수한 것으로 판단하였다. 이에 연구자는 보험모집인의 소득과 교육수준이 높을수록 상품판매 과정에서 보험사기를 공모하거나 개입될 가능성이 적을 것이라는 가정 하에 소득과 교육연한에 따른 보험사기 인식도를 검증하고자 한다.

(4) 제4 연구문제

보험사와 사법당국의 보험사기 예방 및 적발노력이 효율적이라는 표본 집단의 인식수준에 영향을 미치는 유의한 변수를 검증하고자 한다.

상기 열거된 연구문제는 보험모집 과정에서 보험사기에 연루될 가능성이 높은 모집종사자의 보험사기 인식도를 실증적으로 분석하고자 함이다. 이를 통한 유의한 통계적 분석 결과는 보험계약 체결 이전 단계에서, 보험사기와 관련한 보험회사의 내부적 인적(人的) 리스크를 측정할 수 있을 것으로 판단된다. 아울러 업계 모집조직의 채용과 선별과정에 유용한 지표를 제공할 것이다.

2. 인식도 예비단계

본 연구는 보험모집종사자의 보험사기 인식도 조사 취지임을 감안하여 모집단은 대면채널로 한정하였으며, 구체적으로는 전속채널인 보험회사의 보험설계사, 보험대리점 중 법인독립대리점이다. 표집 틀은 우리나라 손, 생보 보험모집 종사자를 대상으로 설문조사 방법으로 시행하였다. 표집방법은 연구자가 모집단에 대한 일정한 사전지식을 보유한 상태임을 감안하여 유의표집 방법을 활용하였으며, 척도는 모집단 인식 태도의 측정치를 통해 평균값을 구하기 위한 취지에서 리커트 척도(likert scales)를 사용하였다. 설문내용은 폐쇄형 질문으로 구성하였으며, 문항의 척도는 모두 5점 척도로 구성하였다. 2015년 3월 모집단 내 전속채널 모집인 24명을 대상으로 예비 조사를 실시하였다. 예비조사의 취지는 피험자별 사회 경험도 및 인식 수준에 따른 용어 이해력이 상이함을 전제로 설문 항목 용어의 평균적인 이해도를 측정하고자 실시하였으며, 최종적으로 수정, 보완 작업을 통해 설문 항목의 용어를 재구성 하였다.

설문조사 기간은 2015년 3월 13일부터 4월 19일까지 이루어졌다. 설문지의 배포와 회수는 국내 손, 생보사 6개 전속채널과 3곳의 독립법인대리점에 520부의 설문지를 배포하여 491부를 회수하였으며, 설문지의 응답률이 50% 이하이거나 설문 항목에 동일한 번호를 모두 기입한 불성실한 설문지 등의 오류 데이터를 제외하고 총 457부의 유효 데이터를 최종적으로 분석에 사용하였다.

3. 설문구성

특정 집단의 보험사기의 인식도에 대하여 박지수(2010)는 보험사기의 문제점을 크게 보험사기 인식에 대한 문제점과 그 외 제도적, 구조적인 문제점으로 파악하면서 보험가입자들과 업계 보험사기 조사팀, 보험사기 관련 종사자 집단을 대상으로 보험에 대한 인식, 사고조사에 대한 인식, 나아가 보험사기에 대한 인식 등을 연구하였다. 주목할 부분은 보험사기행위에 대한 인식이 보험 관련 종사자 집단에서 높게 인식되었으며, 보험에 대한 경험과 지식의 축적으로 보험사기행위의 접근 또한 용이한 것으로 확인되었다. 모집조직의 보험사기 인식도 조사를

위한 구체적인 설문항목은 남대우·이현덕·송영호(2013)의 ‘언론보도를 통한 대학생들의 보험사기 인식도 조사 연구’와 남대우(2014)의 ‘보험사기 증가요인 및 인식도 연구’에서 인용하였으며, 연구자가 판단하고 있는 인식도 관련 문항을 일부 추가하였다.⁸⁾

〈표 4-1〉 설문항목의 구성

구분	중분류	세부항목
모집인정보	표본 집단 인적정보	성별(남, 여)
		교육연한(12년, 16년, 18년 이상)
		연령(20대~60대 이상)
		결혼여부(미혼, 기혼)
	표본 집단 업무정보	소득(150만~500만 이상)
		모집경력(1년~15년 이상)
표본 집단 소속정보	전속모집인, 독립법인대리점	
설문항목		
사기인식도	가. 상품 판매시점에 고객성향에 따른 보험사기 행위 여부를 인식한다.	
	나. 보험사기의 폐해에 대하여 인식한다.	
	다. 보험사기의 심각성에 대하여 인식한다.	
	라. 보험사기가 보험 산업의 신뢰도를 저해한다고 인식한다.	
	마. 보험사기는 반드시 적발된다고 인식한다.	
	바. 우리 법원의 보험사기의 형량이 관대하다고 인식한다.	
	사. 보험사기 행위는 일반의 사기범죄와 비교하여 사회적으로 용인될 수 있는 범죄라고 인식한다.	
	아. 최근 보험사기 사건이 과거에 비해 증가하였다고 인식한다.	
	자. 최근 보험사기 적발금액이 과거에 비해 증가하였다고 인식한다.	
	차. 현재 보험사와 사법당국의 보험사기 적발 및 예방 노력이 효과적이라고 인식한다.	

8) 남대우 외 2인(2013) 연구에서 ‘나’, ‘다’, ‘라’, ‘마’, ‘바’ 문항을, 남대우(2014) 연구에서 ‘사’, ‘아’, ‘자’, ‘차’ 문항을 인용하였으며, 연구자가 추가한 문항은 설문대상자의 특성을 고려한 ‘가’ 문항이다.

4. 인식도 측정을 위한 변수정제

설문항목의 타당성은 측정도구가 측정하고자 하는 구성개념을 얼마나 정확히 측정할 수 있는가의 정도를 의미하며 타당성 검증을 위해 SPSS 18을 이용하였다. 요인추출 방법으로는 주성분분석(principal component analysis) 요인회전 방법으로는 베리맥스(varimax)를 상용하였다. 요인분석에서 각 문항의 공통성 값(communalities)은 추출된 요인들로부터 설명될 수 있는 비율을 의미하는데, 이 값이 작은 문항은 요인분석에 적합하지 않다고 판단할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 공통성 값이 0.5보다 작은 문항은 요인분석에서 제외 하였다(이호승2015). 신뢰성은 동일한 대상에 대해 같거나 유사한 측정도구를 사용하여 반복 측정을 했을 때 동일한 결과를 얻을 수 있는 정도를 의미한다. 본 연구에서 사용한 변수들의 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach's α 값을 이용하여 내적 일관성이 있는지 확인하였다. 모집종사자의 보험사기 인식도를 측정하기 위한 각 문항의 평균과 표준편차는 아래의 <표 4-2>와 같다.

<표 4-2> 사기 인식도의 평균과 표준편차

번호	문항 내용	표본	평균	표준 편차
aw1	상품 판매시점에 고객성향에 따른 보험사기 행위 여부를 인식하고 있다.	457	3.32	.556
aw2	보험사기의 폐해에 대하여 인식하고 있다.	457	3.21	.518
aw3	보험사기의 심각성에 대하여 인식하고 있다.	457	3.12	.653
aw4	보험사기가 보험 산업의 신뢰도를 저해한다고 인식하고 있다.	457	3.04	.668
aw5	보험사기는 반드시 적발된다고 인식하고 있다.	457	3.53	.698
aw6	우리 법원의 보험사기의 형량이 관대하다고 인식하고 있다.	457	3.11	.614
aw7	보험사기 행위는 일반의 사기범죄와 비교하여 사회적으로 용인될 수 있는 범죄라고 인식하고 있다.	457	1.69	.817
aw8	최근 보험사기 사건이 과거에 비해 증가하였다고 인식하고 있다	457	3.10	.609
aw9	최근 보험사기 적발금액이 과거에 비해 증가하였다고 인식하고 있다.	457	3.18	.734
aw10	현재 보험사와 사법당국의 보험사기 적발 및 예방 노력이 효과적이라고 인식하고 있다.	457	3.39	.791

다음으로 보험사기 인식도 측정의 10개 문항에 대하여 몇 개의 요인으로 구분되는지 요인분석을 실시한 후, 각 요인에 적재되는 변수를 요인별로 구분하고 각 요인을 구성하는 설명항목에 의해 요인들을 정리하였다.

대면채널 사기인식도에 대한 첫 번째 요인분석 결과 aw4, aw6 문항의 공통성 값이 0.5보다 작아 이 문항을 제외하고 나머지 8개 문항으로 요인분석을 실시하였다.

요인분석의 타당성 여부를 판단하는 중요한 통계 값인 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)와 Bartlett의 테스트 값은 <표 4-3>과 같다. Bartlett의 구형성(Sphericity) 값은 하나의 요인이 아니라 여러 요인이 검출될 가능성이 있는지에 대한 검정 통계량이며, 계산결과 구형성 값은 493.481이고 p-값은 0.000으로 유의수준 $p < .001$ 에서 유의하게 나타나 분석에 적합한 요인구조임을 확인하였다. KMO의 값은 0.633로 요인분석 결과는 의미가 있는 것으로 판단된다(송지준2015).

<표 4-3> KMO와 Bartlett의 검정값

KMO 값		.633
Bartlett's Sphericity 값	χ^2	493.481
	자유도	28
	유의수준	.000

요인변수를 추출하기 위한 회전행렬의 요인적재량(factor loading)은 아래의 <표 4-4>와 같다.

<표 4-4> 사기인식도 문항의 요인적재량

문항	문항 내용	요인 1	요인 2	요인 3
aw1	상품 판매시점에 고객성향에 따른 보험사기 행위 여부를 인식하고 있다.	-.124	.737	-.175
aw2	보험사기의 폐해에 대하여 인식하고 있다.	-.387	.142	.703
aw3	보험사기의 심각성에 대하여 인식하고 있다.	.219	-.009	.821
aw5	보험사기는 반드시 적발된다고 인식하고 있다.	.030	.639	.186

문항	문항 내용	요인 1	요인 2	요인 3
aw7	보험사기 행위는 일반의 사기범죄와 비교하여 사회적으로 용인될 수 있는 범죄라고 인식하고 있다.	.657	-.210	.657
aw8	최근 보험사기 사건이 과거에 비해 증가하였다고 인식하고 있다	.685	.083	.014
aw9	최근 보험사기 적발금액이 과거에 비해 증가하였다고 인식하고 있다.	.641	.451	.279
aw10	현재 보험사와 사법당국의 보험사기 적발 및 예방 노력이 효과적이라고 인식하고 있다.	.494	.611	.182
아이젠값		1.770	1.599	1.370
설명비(%)		22.126	19.993	17.123
누적설명비(%)		22.126	42.119	59.241

각 요인에 적재되는 변수를 요인별로 구분하고 각 요인을 구성하는 설문항목에 의해 요인들을 다음과 같이 분류하였다.

<표 4-5> 변수정제에 따른 변수설명

변수	변수정의	최종 문항
사기관심도	보험사기 증가에 대한 관심	aw7, aw8, aw9
사기적발인식도	보험사기 적발에 대한 인식	aw1, aw5, aw10
심각성인식도	보험사기의 폐해와 심각성에 대한 인식	aw2, aw3

측정도구의 변수정제 과정을 통한 요인 분류의 정의는 상기 <표 4-6>에 정리된 바와 같이 ‘요인 1’의 경우, 보험사기와 일반사기와 비교, 최근 보험사기 증가에 대한 인식 등에 관한 내용으로 구성되어 있어 ‘사기관심도’로 명명하였다. ‘요인 2’는 보험사기의 적발가능성과 사법기관의 보험사기 적발 및 예방 노력도 등의 문항으로 구성되어 있어 ‘사기적발 인식도’로 명명하였다. 마지막으로 ‘요인 3’은 보험사기의 폐해와 심각성에 대한 인식에 관한 문항으로 구성되어 있어

‘심각성 인식도’도 명명하였다. 이를 토대로 보험모집종사자 사기인식도 요인인 ‘사기관심도’, ‘사기적발 인식도’, ‘심각성 인식도’를 측정하기 위해 구성된 문항들에 대한 신뢰도를 분석한 결과 아래의 <표 4-6>과 같이 나타났다.

<표 4-6> 인식도에 관한 신뢰도 분석

요인	번호	항목삭제시 스케일평균	항목삭제시 스케일분산	수정항목 전체상관	삭제시 알파값
사기관심도	aw7	22.87	6.29	1.72	.606
	aw8	21.47	6.08	.265	.530
	aw9	22.21	4.82	.584	.605
사기적발 인식도	aw1	22.24	6.46	.271	.614
	aw5	22.04	5.90	.253	.653
	aw10	21.17	5.78	.538	.576
심각성인식도	aw2	22.38	6.92	.231	.614
	aw3	21.45	5.94	.276	.546
항목 신뢰도 계수 : 알파 = .714					

신뢰도 분석 결과에서 Cronbach's α 값이 대부분 0.7 이상으로 높게 나타났으며, 특정 항목을 제거하였을 때의 Cronbach's α 값이 크게 증가하지 않으므로 특정 항목을 제거해야 할 필요는 없는 것으로 판단하였다.

V. 분석 결과

1. 빈도분석

조사대상자인 보험모집인의 특성을 알아보기 위해 인구 통계적 요소인 연령, 학력, 경력 등에 대한 빈도분석을 실시하였다. 다음의 <표 5-1>은 분석을 통해

나타난 전체 자료에 대한 통계적 특성이다.

〈표 5-1〉 표본 집단의 통계적 특성

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	189	41.3
	여성	268	58.7
연령	20대	67	14.7
	30대	189	41.4
	40대	130	28.4
	50대	68	14.9
	60대 이상	3	.7
학력	고등학교 졸업	172	37.6
	대학교 졸업	274	59.9
	대학원 이상	11	2.5
경력	1년미만	95	20.8
	1년 이상 ~ 5년 미만	160	35.0
	5년 이상 ~ 10년 미만	109	23.9
	10년 이상 ~ 15년 미만	58	12.7
	15년 이상	35	7.7
	미혼	154	33.7
결혼여부	기혼	303	66.3
소속회사	전속보험설계사	245	53.6
	GA(독립대리점)	212	46.4
월소득	150만 미만	88	19.2
	150만 ~ 250만	162	35.4
	250만 ~ 400만	121	26.4
	400만 ~ 550만	52	11.3
	550만 이상	34	7.7
합 계		457	100.0

2. 주요 인식도 결과

주요 인식도 분석방법은 대면채널 모집인 전체 모집단의 분산을 알지 못하므로 설문 응답자 457명 표본에서 얻은 평균과 표준편차를 이용한 단일표본 T 검정(one-sample t-test)을 사용하였다. 모든 설문항목에 대하여 표본 집단 모집인들은 유의수준 .05 범위 내에서 보험사기의 심각성 등 모든 설문 항목에 대하여 유의한 것으로 나타났다. 모집인들은 보험사기를 범죄로서 심각하게 인식하고 있으며, 특히 보험사기 심각성 인식도에 비하여 보험사기 적발 가능성에 대한 평균 인식도(3.52)가 가장 높은 것으로 나타났다. 일반의 사기범죄에 비하여 보험사기가 사회적으로 용인될 수 있는지에 대한 인식도 검증 결과, 검정 값을 크게 하회하고 있어 모집인의 전반적인 사기 인식도 정도는 우수한 것으로 판단된다. 설문문항이 5점 척도이므로 검정 값(test value) 3을 기준으로 설정한 주요 인식도 결과는 아래와 같다.

(1) 상품 판매시점에 고객성향에 따른 보험사기 행위 여부를 인식하고 있다.

〈표 5-2〉 상품판매 단계에서 사기인지에 대한 인식도

N	Mean	Std. Deviation	t	Sig.
457	3.32	.556	12.629	.000

*p<.05. **p<.01 ***p<.001

(2) 보험사기가 반드시 적발된다고 믿고 있다.

〈표 5-3〉 보험사기 적발에 대한 인식도

N	Mean	Std. Deviation	t	Sig.
457	3.52	.698	16.029	.000

*p<.05. **p<.01 ***p<.001

(3) 일반 사기범죄에 비하여 보험사기를 사회적으로 용인될 수 있는 범죄로 인식하고 있다.

〈표 5-4〉 보험사기 용인에 대한 인식도

N	Mean	Std. Deviation	t	Sig.
457	1.70	.817	-34.105	.000

*p<.05. **p<.01 ***p<.001

(4) 보험사와 사법당국의 보험사기 적발 및 예방 노력이 효과적이라고 인식하고 있다.

〈표 5-5〉 보험사기 적발과 예방 노력에 대한 인식도

N	Mean	Std. Deviation	t	Sig.
457	3.39	.791	10.704	.000

*p<.05. **p<.01 ***p<.001

3. 집단 간 인식도 비교

독립표본 T검정을 통한 두 집단 간 인식도 비교 결과 5개 설문에 대하여 집단 간 인식도에 있어 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 구체적으로는 모집인이 상품 판매시점에 고객성향에 따른 보험사기 행위 여부에 대한 인식도, 보험사기 심각성에 대한 인식도, 보험사기 적발에 대한 인식도, 최근 보험사기 사건 증가에 대한 인식도, 보험사와 사법당국의 보험사기 적발 및 예방 노력에 대한 효과적 인식도 등이다. 이하에서는 상품판매 단계의 사기인식도와 사기폐해 및 사기적발에 대한 인식도를 중심으로 설명한다.

(1) 상품판매 단계에서 사기 인지에 대한 인식도

보험회사 전속 여부에 따른 집단 간 상품판매 단계의 보험사기 인식도 차이

검정은 각기 다른 두 모집단의 평균의 비교가 선행되어야 한다. 따라서 두 모집단을 대표하는 표본의 평균을 비교하여 모집단 간 유사성을 검정하고자 독립표본 T 검정을 실시하였다.

분석 결과, 전속대리점 모집인의 상품판매 단계의 사기인지에 대한 인식도 평균은 3.22, 표준편차는 .53이며 독립법인대리점 모집인의 경우 각각 3.45와 .56으로 나타났다. 두 집단 간 상품판매 단계의 사기인지에 대한 인식도 차이의 t 통계 값은 -4.555, 유의확률은 .000으로 유의수준 .05에서 두 집단 간 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다.

<표 5-6> 집단 간 상품판매 단계에서 사기인지에 대한 인식도

성별	전속모집인	독립법인대리점 모집인
M	3.22	3.45
SD	.53	.56
N	245	212
t	-4.555	
Sig	.000	

*p<.05. **p<.01 ***p<.001

(2) 보험사기 폐해⁹⁾에 대한 인식도

보험모집 집단 간 보험사기로 인한 폐해의 전반적인 이해도를 확인하기 위한 취지에서 독립표본 t 검증을 실시하였다. 등분산성의 가정을 충족하기 위한 Leven의 등분산성 검정 결과, 유의확률은 .887로 두 집단의 등분산성이 같다는 영가설을 기각하지 않으므로, 두 집단 간 보험사기 폐해에 대한 인식도 등분산성이 충족 되었으며, 독립표본 t 검증 결과 유의수준 .05에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

9) 연구자는 보험사기 폐해에 대하여 사회적, 경제적, 문화적 폐해 등 전반적인 사기 부작용의 의미를 부여하였다.

〈표 5-7〉 집단 간 사기폐해에 대한 인식도

성별	전속모집인	독립법인대리점 모집인
M	3.16	3.28
SD	.56	.46
N	245	212
t	-2.481	
Sig	.887	

*p<.05. **p<.01 ***p<.001

(3) 보험사기 적발에 대한 인식도

보험사기가 반드시 적발되는지 여부에 대한 두 집단 간 차이를 알아보기 위하여 독립표본 t 검정을 실시하였으며, 표본 집단 내 보험사기 적발에 대한 검정값(3.70)은 독립법인대리점 모집조직이 더 높은 것으로 확인되었다. 등분산성의 가정을 충족하기 위한 Leven의 등분산성 검정결과, 유의확률 .000으로 두 집단의 등분산성이 같다는 영가설을 기각하지 않으므로, 두 집단 간 보험사기 적발에 대한 인식도 등분산성이 충족된 상태에서의 t 값은 14.929로 95% 신뢰수준에서 유의한 차이가 존재하였다. 즉 독립법인대리점 모집조직은 전속대리점 모집조직에 비하여 보험사기가 반드시 적발 가능한 범죄로 인식하고 있었다.

〈표 5-8〉 집단 간 사기적발에 대한 인식도

경험유무	전속모집인	독립법인대리점 모집인
M	3.37	3.70
SD	.76	.58
N	245	212
t	14.929	
Sig	.000	

*p<.05. **p<.01 ***p<.001

4. 모집조직 특성에 따른 인식도

연구자는 보험모집조직의 성별, 연령, 경력 등의 특성 중에서 모집인 집단 간 교육수준과 소득수준에 따른 인식도를 검증하고자 일원배치 분산분석을 적용하였다. 모집조직의 보험사기 인식도 측정에 있어 교육수준과 소득수준은 사기 인식도에 가장 영향을 미치는 변수로 판단하였으며, 분석결과는 아래와 같다.

(1) 교육수준에 따른 사기 심각성에 대한 인식도

교육수준에 따른 사기 심각성 검증은 일원배치 분산분석을 실시하였으며, 아래의 <표 5-8>은 교육수준에 따라 모집조직의 사기 심각성 인식도에 유의한 차이가 없음을 나타내고 있다. 부연하자면 교육수준에 따른 평균값과 표준편차는 각각 고졸집단이 3.18, 1.31, 대졸집단이 3.08, 1.28 대학원집단이 3.10, 1.18로 나타났다. 세 집단의 평균차이에 대한 F 통계값이 1.325, 유의확률은 .267로서 쉐페(Sheffe)의 사후검증(post hoc test) 분석결과 교육수준과 사기 심각성 인식에는 유의한 차이가 없는 것으로 분석되었다.

<표 5-9> 교육수준에 따른 사기 심각성 인식도

	교육수준	N	M	SD	F	사후검증
사기심각성 인식도	고졸=1	172	3.18	1.31	1.325	.
	대졸=2	274	3.08	1.28		
	대학원=3	11	3.10	1.18		
	합계	457	3.12	1.29		

*p<.05. **p<.01 ***p<.001

(2) 소득수준에 따른 사기 심각성에 대한 인식도

연구자는 소득수준이 높은 모집집단의 경우 계약체결 과정에서 우량의 위험

을 선별하고 철저한 계약관리를 통한 성과보상을 기대하기 때문에 사기 인식의 정도가 우수한 것으로 판단하였다. 이를 검증하고자 모집조직의 교육수준과 동일한 분산분석을 통해 소득수준에 따른 모집종사자의 사기 심각성에 대한 분석을 실시하였다. 분석결과, 교육수준과 동일하게 소득수준별 사기 심각성에 대한 인식도는 유의한 차이가 없는 것으로 확인되었다.

5. 범죄 인식도에 대한 다중회귀분석

변수정제 과정을 통해 정의된 ‘사기적발 인식도’ 문항 중 보험사와 사법당국의 보험사기 예방 및 적발노력이 효율적이라는 인식수준에 영향을 미치는 유의한 변수를 확인하고자 다중회귀분석을 적용하였으며, 본 연구에서 설정한 회귀식은 다음과 같다.

$$\hat{Y} = C + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \cdots \beta_n X_n + \epsilon$$

종속변수 \hat{Y} 는 사기적발 인식도이며, C 는 상수 그리고 X_n 은 본 연구모형에 투입된 독립변수인 성별, 교육연한, 연령 등과 같은 변수를 의미하며 β_n 은 추정된 회귀계수를 뜻한다. 한편 ϵ 는 오차항이며 $\sim N(0, \delta^2)$ 을 따르는 것으로 가정한다.

연구자가 상기 문항을 종속변수로 설정한 취지는 첫째, 모집조직이 보험사기를 형법상의 범죄로 인식함을 전제로, 사기적발 인식도는 사기 관심도와 사기 심각성 변수를 포함하는 대표적 변수로서의 의미를 갖고 있다. 둘째, 모집조직은 상품판매 단계에서 보험사기가 발생되지 않도록 모집과정에 주의를 기울이고, 역선택을 사전에 차단할 수 있는 선제적 방어집단으로 이들이 인식하는 사기 예방 및 적발노력의 인식도는 매우 중요한 의미를 지니고 있기 때문이다(임동섭 2011). 아래의 <표 5-10>과 <표 5-11>은 다중회귀분석에 투입된 각 변수의 정의와 분석결과이다.

<표 5-10> 변수정의

구분	변수		정의
종속변수	범죄 인식도		최근 보험사와 사법당국의 사기 적발 및 예방노력이 효율성에 대한 인식
독립변수	표본집단 인적정보	성별	더미변수: 남자(=0) 여자(=1)
		학력	교육연한
		나이	연령(20대~60대)
		결혼상태	더미변수: 미혼(=0) 결혼(=1)
	표본집단 업무정보	소득 (150만-250만)	150만원 미만을 준거집단으로 한 더미 변수
		소득 (250만-400만)	
		소득 (400만-550만)	
		소득(550만이상)	
		경력(1년-5년)	경력 1년 미만을 준거집단으로 한 더 미변수
		경력(5년-10년)	
		경력(10년-15년)	
경력(15년이상)			
표본집단 소속정보	소속집단	더미변수: 전속모집인(=0), 독립법인대 리점(=1)	

<표 5-11> 다중회귀분석 결과

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.285	.466		7.052	.000
여성	.183*	.090	.105	2.027	.043
교육연한	-.003	.022	-.006	-.120	.904
연령	.018	.021	.044	.893	.373
소득_150이상 250미만	-.227†	.134	-.099	-1.703	.089

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
소득_250이상 350미만	-.155	.117	-.083	-1.328	.185
소득_350이상 500미만	-.239 [†]	.126	-.117	-1.900	.058
소득_500이상	-.142	.118	-.078	-1.205	.229
기혼	.127	.093	.079	1.360	.174
독립대리점	.215 ^{**}	.081	.136	2.669	.008
경력_12개월이상 5년미만	-.182 [†]	.107	-.110	-1.703	.089
경력_5년이상 10년미만	-.278 [*]	.129	-.150	-2.150	.032
경력_10년이상 15년미만	-.291 [†]	.157	-.123	-1.847	.065
경력_15년이상	-.157	.191	-.053	-.820	.413
N	457				
R ²	.057				

주1) [†]p<.10. *p<.05. **p<.01 ***p<.001

본 연구의 주요결과를 정리하면 다음과 같다. 먼저 95% 신뢰수준에서 성별의 경우 여성이 남성에게 비해 ‘사기적발 인식도’ 수준이 높은 것으로 나타났다. 구체적으로 여성인 경우 남성에게 비해 사기적발 인식도 수준이 .183 포인트 높았다. 다음으로 소득의 경우 준거인 150만원 미만에게 비해 150이상-250만원 미만의 경우 사기적발 인식도 수준이 90% 신뢰수준에서 유의하게 낮아지는 것으로 분석되었다. 이러한 경향성은 소득이 350이상-500만원 미만인 개인에게서도 확인할 수 있었는데, 유의하지 않은 소득구간의 경우에도 회귀계수는 부적으로 나타나 소득수준이 높을수록 전반적으로 사기적발 인식도 수준이 낮아짐을 확인할 수 있었다. 다음으로 독립대리점의 경우 준거 집단인 전속대리점에 비해 사기적발 인식도 수준이 유의하게 높은 것으로 확인되었다. 구체적으로 독립대리점의

경우 전속대리점에 비해 사기적발 인식도 수준이 .215포인트 높았다. 또한 경력 변수의 경우 경력 15년 이상을 제외하고 경력이 증가할수록 경력이 1년 미만인 집단에 비해 사기적발 인식도 수준이 유의하게 낮은 것으로 식별되었다.

V. 결어

본 연구는 2000년대 중반 이후 급증하고 있는 보험모집종사자의 보험사기 인식도를 조사하여 이들이 견지하고 있는 보험사기의 관심도와 심각성의 정도 등을 확인하였다.

연구자는 보험모집인이 우리나라 보험 산업 발전에 상당부분 기여하였으며, 이들이 보험시장에서 차지하는 영향력과 중요성에 집중하고 이들의 모집활동과 관련한 사기 인식도를 분석하여, 단변량 및 다변량 분석방법을 통한 모집인 집단의 인식도 비교연구를 진행하였다. 주요 분석결과, 보험모집조직이 견지하고 있는 사기 인식도는 검정 값을 상회하는 수준으로 대체로 양호한 인식도를 나타냈다. 전속모집조직과 독립법인대리점간의 사기 인식도 비교 결과, 두 집단 간의 사기 인식도는 큰 차이가 없는 것으로 확인되었으며 모집조직의 교육수준과 소득수준에 따른 보험사기 인식도의 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다.

변수정제 과정을 통해 정의된 ‘사기적발 인식도’ 문항 중 보험사와 사법당국의 보험사기 예방 및 적발노력이 효율적이라는 인식도에 영향을 미치는 변수는 성별, 소득(400만~450만), 경력(5년~10년, 10년~15년), 독립법인대리점으로 분석되었다.

특히 독립법인대리점의 보험사기 유인성과 관련한 기존의 연구(박지수, 2010; 양희산, 2010; 임동섭, 2011)의 경우 전속모집조직에 비하여 사기인식 수준이 낮고, 역선택 위험의 유입을 통한 손해율 상승의 직접적인 원인을 보험사기로 판단하였다. 그러나 본 연구의 경우 독립법인대리점 모집조직은 보험사기를 중대한 범죄로서 인식하는 ‘범죄인식도’ 수준이 전속모집조직보다 높은 것으로 분석되어 기존의 선행연구와 배치되는 의미 있는 결과로 판단된다.

<참고문헌>

- 금융감독원, “IAIS 보험핵심원칙Ⅱ”, ICPs 21, 2012, p.133.
- 금융감독원, “보험사기 유발요인 개선요약 보고서” 보험조사실, 2011, p.12.
- 김동훈, 보험론 제4판, 학현사, 2011.
- 남대우·이현덕·송용효, “언론보도를 통한 대학생들의 보험사기 인식도”, 전문경영인학회, 제16권, 2013.
- 박지수, “보험사기의 인식과 대응방안에 대한 연구”, 인천대학교 박사학위논문, 2010.
- 안철경·정세창, “보험판매채널 특성분석을 통한 채널전략”, 리스크관리연구 제21권 제2호, 2010, p.69.
- 안철경·황진태·서성민, “생명보험설계사 활동실태 및 만족도 분석”, 조사보고서, 2011, pp.1~3.
- 양희산, “보험사기 현황 및 보험사 대응방안” 장기보험을 중심으로, 월간 손해보험, 2010년 8월호, 2010, pp.40~57.
- 이기형, “보험사기 유발요인 발굴 및 개선방안 연구”, 보험개발원 연구용역 보고서, 2007.
- 이호승, “모집종사자의 특성과 불완전판매에 대한 인식 고찰”, 국민대학교 박사학위논문, 2015, pp.61~64.
- 임동섭, “독립법인대리점의 모럴해저드에 관한 연구”: 민영건강보험을 중심으로, 목포대학교 박사학위 논문, 2011, pp.20~27.
- 송윤아, “보험사기 영향요인과 방지방안”, 보험연구원 정책보고서, 2010.
- 송지준, SPSS/AMOS 통계분석방법, 제2판, 2015, pp.47~55.
- 황진태·권오경, “보험회사의 GA 채널 활용에 대한 소고”, 보험연구원 테마진단, 2014, pp.17~22.
- 표성엽, “보험사기 유발요인에 대한 연구”, 국민대학교 박사학위논문, 2015, p.47.
- Becker,G, “Crime and Punishment”, Journal of Political Economy, Vol.76, No.2, 1974.
- Berlin, J-J, Wellborn, “The Market Maturity Model”: Ring Around The World,

LIMRA, 2008, pp.22~26.

Cummins, J. David/Sharon Tennyson, “Moral Hazard in Insurance Claiming“: Evidence from Automobile Insurance, *Journal of Risk and Uncertainty* 12, 1996, pp.40~57.

Popow, Donna J, *Claim Handling Principles*. 1st edition, American “Institute for Chartered Property Casually Underwriters“, 2006, pp.1.23~1.25.

Picard, P. “Auditing Claims in the Insurance Market with Fraud“: The Credibility Issue, *Journal of Public Economics* 63, 1996, pp.27~56.

Tennyson, Sharon, *Economic Institution and Individual Ethics: “A Study of Consumer Attitude toward Insurance Fraud“*, *Journal of Insurance Regulation* 32, 1997, pp.71~77.

Tennyson, Sharon, “Insurance Experience and Consumers Attitudes Toward Insurance Fraud“, *Journal of Insurance Regulation* 21, 2002.

Abstract

The purpose of this study was to investigate awareness of insurance fraud in insurance solicitors, who have increased in number since the mid-2000s, and to assess their understanding of fraud and its level they maintained.

I identified insurance solicitors' act of fraud as the most important factor making the insurance industry less reliable, analyzed their awareness of fraud related to soliciting activities, and used univariate and multi-variate analyses to conduct comparative research on awareness in the group of solicitors.

The analysis found that the insurance soliciting organizations mostly had good awareness of fraud at higher levels than the test value.

No significant difference was found in fraud awareness between exclusive soliciting organizations and general agencies and the awareness differed insignificantly by the education and income levels in the soliciting organizations.

Of the items concerning 'awareness of insurance exposure' defined through the process of variable refinement, the variables affecting awareness that the efforts made by insurers and the judiciary to prevent and uncover insurance fraud were efficient included gender, income (4 million to 4.5 million won), career (5-10 years, 10-15 years), and general agencies.

※ Key words : Insurance solicitor, insurance fraud, awareness of insurance fraud, concern about insurance fraud, awareness of insurance exposure.