

비교는 185만 번, 가입은 28만 건

온라인 보험 비교·추천 서비스 2년 반을 자료로 따져 본 결과

온라인 보험 비교·추천 서비스는 2024년 1월 19일 문을 열었다. 자동차보험과 용종보험 두 가지로 시작했다. 앞서 2023년 7월 금융위원회는 이 서비스를 할 수 있는 핀테크 11곳을 지정했다. 2024년 1월부터 2025년 2월까지 다섯 개 상품을 비교한 건수는 약 185만 건이다. 계약으로 이어진 것은 약 28만 건이다.

전체 시장에서 이 서비스가 차지한 몫은 작다. 금융감독원이 2024년 실적부터 새로 만든 플랫폼(PM) 항목의 비중은 0.4%다. 같은 해 보험사 누리집에서 직접 든 온라인(CM) 채널은 35.8%였다. 자동차보험 100건 가운데 플랫폼을 거친 것은 1건이 되지 않는다.

연구소는 이 서비스를 이용 건수로만 재지 않는다. 화면 맨 위에 어떤 상품이 왜 올라오는지를 국민이 볼 수 있어야 비교가 뜻을 갖는다. 영국 금융행위감독청이 잔 값이 있다. 이용자는 총비용 기준으로 가장 싸거나 두 번째로 싼 상품을 63~67% 고른다. 순서를 정하는 기준부터 공개하는 일이 먼저다.

발행일

2026년 8월 17일

자료 기준일

2026년 8월 17일

분량

본문 21쪽

넥서스 금융경영연구소

NEXUS Finance and Management Institute

nexusfmi.com

이 보고서는 국민의 금융생활과 관련된 사안을 넥서스 금융경영연구소가 자체 기준에 따라 조사·분석한 자료다. 특정 금융회사나 금융상품의 매매를 권유하거나 그 가치를 판단하려는 목적이 아니다. 본문의 견해는 넥서스 금융경영연구소의 것이며, 보험 계약을 정하는 책임은 이용자 본인에게 있다.

세 줄 요약

무엇을 물었나

여러 회사의 보험료를 한 화면에서 견주게 한 제도가 2년 반 동안 무엇을 바꿨나.

무엇을 알아냈나

2024년 1월부터 2025년 2월까지 다섯 개 상품에서 비교 185만 건, 계약 28만 건이 나왔다. 그런데 2024년 자동차보험 판매에서 플랫폼 항목의 비중은 0.4%였다. 플랫폼에 주는 수수료 한도는 상품마다 다르다. 기간이 짧은 보험은 설계사에게 주던 모집수수료의 33% 이내이고, 자동차보험은 보험료 대비 4%대다. 정부는 서비스를 내놓기 전에 추천 알고리즘의 공정성을 검증받게 했다. 그 검증 결과나 추천 순서를 정하는 기준을 공개한 자료는 확인하지 못했다.

읽는 사람은 무엇을 하면 되나

플랫폼에서 본 값과 보험사 누리집 값을 둘 다 확인한다. 자동차보험은 2025년 3월 두 값을 하나로 맞췄다. 다른 네 상품은 두 값이 같은지 알 수 있는 자료가 없다. 화면에 뜬 순서가 값 순서인지도 함께 본다.

한눈에

2024년 1월부터 2025년 2월까지 비교·추천 이용 185만 건, 계약 28만 건이다. 100번 비교에 15번 계약했다.

이 보고서 읽는 법

- 보험료는 모두 **세금과 부가 비용을 넣기 전 기준**으로 적었다.
- 금융위원회와 금융감독원 발표 내용은 한국개발연구원 경제정보센터 전제본과 보험연구원 전제 자료로 확인했다. 각주에는 원 발표기관과 발표일을 적었다.
- 비율은 소수점 첫째 자리까지 적었다. 설문 결과는 정수로 반올림했다.
- 일부 숫자는 언론 보도를 따랐다. 그런 숫자에는 각주를 달고 매체 이름을 적었다.
- 연구소가 곱하거나 나눈 값에는 계산식을 각주나 표 주석에 적었다.
- 어려운 용어는 처음 나올 때 괄호로 원래 이름을 붙였다. 목록은 부록가에 있다.

차례

1장	2년 반 동안 무엇이 생겼고 얼마나 컸나	3
2장	상품마다 결과가 갈렸다	6
3장	플랫폼에 가는 수수료는 얼마이고 누가 내는가	8
4장	플랫폼 값과 보험사 누리집 값이 왜 달랐나	10
5장	추천 순서는 무엇으로 정해지나	13
6장	영국은 12년 동안 무엇을 문제로 봤나	15
부록 가	용어 풀이	18
부록 나	자료 출처와 각주	18

1장

2년 반 동안 무엇이 생겼고 얼마나 컸나

제도가 작동했는지 묻기 전에, 얼마나 쓰였는지부터 쟀다.

11곳 비교·추천 서비스 사업자로 지정된 핀테크 2023년 7월 · 금융위원회	185만건 다섯 개 상품의 비교·추천 이용 건수 2024년 1월~2025년 2월 · 금융위원회	0.4% 자동차보험 판매에서 플랫폼이 차지한 비중 2024년 실적 · 금융감독원
---	---	--

온라인 보험 비교·추천 서비스는 2024년 1월 19일에 문을 열었다.¹
금융위원회는 2023년 7월 이 서비스를 할 수 있는 핀테크 11곳을 지정했다.²
정식 제도가 아니라 2년으로 기간을 정해 시험하는 방식이다.

비교할 수 있는 상품은 여섯 가지다.³ 기간이 짧은 보험, 자동차보험,
실손의료보험, 연금을 뺀 저축성보험, 반려동물보험, 신용보험이다. 모두
보험사가 인터넷으로 직접 파는 상품만 다룬다.⁴ 2024년 자동차보험 판매에서
대면 몫은 47.8%다.⁵

**1년 남짓 동안 185만 번
견뎠다. 그래도 자동차보험
100건 가운데 플랫폼을 거친
것은 1건이 되지 않는다.**

비교·추천 서비스

여러 보험회사의 같은 종류 상품을 한 화면에 놓고 보험료와 보장 내용을 견주게 한 다음, 그 가운데 몇 가지를 골라 보여 주는 서비스다.

<표 1> 다섯 개 상품이 여섯 달에 걸쳐 차례로 나왔다

비교·추천 서비스 상품별 출시 시점과 개시 시점 참여 회사

상품	출시 시점	참여 플랫폼	참여 보험회사
자동차보험	2024년 1월 19일	7곳	10곳
용종보험	2024년 1월 19일	1곳	5곳
저축보험	2024년 6월 27일		
반려동물보험	2024년 7월 중순		
여행자보험	2024년 7월 중순		

주: 참여 회사 수는 2024년 1월 19일 개시 시점 값이고 언론 보도를 따랐다.⁶ 빈 칸은 확인하지 못한 값이다. 저축·반려동물·여행자보험의 개시 시점 참여 회사 수가 그렇다.

자료: 금융위원회, 「저축보험 플랫폼 비교·추천서비스 출시」(2024.6.27) 전재본과 언론 보도를 정리.

1년 남짓 지난 시점의 크기

2024년 1월부터 2025년 2월까지 다섯 개 상품에서 비교·추천을 이용한 건수는 약 185만 건이다. 계약으로 이어진 것은 약 28만 건이다.⁷

100번 견주면 15번 계약했다. 계약하지 않은 쪽이 5.6배 많다.⁸

자동차보험만 떼어 보면 이용 약 148만 6,000건, 계약 약 14만 건이다.⁹ 100번 견주어 9.4번 계약한 셈이다.⁸

전체 자동차보험에서 차지한 몫

금융감독원은 2024년 실적부터 판매 경로를 넷으로 나눈다. 대면, 전화(TM), 온라인 직판(CM), 플랫폼(PM)이다. 플랫폼 비중은 2024년 0.4%,⁵ 2025년 0.7%다.¹⁰ 1.8배이지만 1%가 되지 않는다.

2025년 자동차보험 원수보험료 20조 2,890억 원에¹¹ 0.7%를 곱하면 약 1,420억 원이다.¹² 가입대수 2,585만 대에 곱하면 약 18만 대다.¹³

2년 반이 지나도 100대 가운데 1대에 닿지 못했다. 연구소는 국민 대부분의 보험료에 이 제도가 닿지 않았다는 쪽에 무게를 둔다.

2025년 상반기 플랫폼 계약 약 9만 2,000건은 같은 기간 자동차보험 직접계약의 0.63%다.¹⁴

이 장에서 확인할 것

- 1 내가 든 보험이 비교 대상 여섯 가지에 들어가는지 확인한다. 설계사를 거쳐 든 상품은 대상이 아니다.

확인하는 곳 · 보험증권의 판매 경로 표기, 또는 가입한 보험사 고객센터

- 2 자동차보험 만기가 한 달 안에 돌아오면 플랫폼 화면과 보험사 누리집을 둘 다 열어 값을 적어 둔다.

확인하는 곳 · 종이 한 장. 회사 이름과 값, 확인한 날짜를 함께 적는다

하지 않아도 되는 것 · 이 단계에서 계약을 옮길지 정할 필요는 없다. 값을 적어 두는 것으로 충분하다.

상품마다 결과가 같았다

왜 어떤 상품에서는 비교가 계약이 되고, 어떤 상품에서는 되지 않는가.

사람이 많이 들어온 상품과
계약이 많이 나온 상품이 서로
달랐다. 값을 견주기 쉬운
상품에서만 비교가 작동했다.

계약 전환율

비교 화면에 들어온 사람
가운데 실제로 계약까지 간
사람의 비율이다. 회사마다
세는 기준이 달라 그대로
견주기 어렵다.

12만명 개시 한 달 자동차보험 비교 이용자 2024년 2월 19일 기준 · 금융위원회	6,100건 같은 기간 자동차보험 계약 건수 2024년 2월 19일 기준 · 금융위원회	130건 같은 기간 용종보험 계약 건수 2024년 2월 19일 기준 · 금융위원회
---	---	--

개시 한 달 실적은 두 상품에서 크게 같았다.^{15,16} 이용자 수로는 자동차보험이
용종보험의 120배, 계약 건수로는 47배다.

자동차보험 계약은 날이 갈수록 늘었다. 하루 평균 계약은 1주차 161건에서
4주차 264건으로 늘었다.¹⁷

<표 2> 자동차보험 이용자는 용종보험의 120배였다

개시 한 달 상품별 이용자와 계약 (2024년 1월 19일~2월 19일)

상품	이용자	계약
자동차보험	약 12만 명	6,100여 건
용종보험	약 1천 명	130여 건

주: 발표 원문이 어림수로 적은 값이라 이용자 대비 계약 비율은 계산하지 않았다.

자료: 금융위원회, 「보험 비교·추천서비스 이용현황 및 향후 계획」 (2024.2.20) 전재본을 정리.

여행자보험에서는 반대가 됐다

2024년 7월 중순에 나온 여행자보험은 다른 결과를 냈다. 2025년 2월 기준
구매 전환율은 62.5%, 하루 평균 계약은 약 977건이다.¹⁸ 같은 시점
자동차보험 전환율 9.4%의 6.6배다.

한 해 규모로 늘려 잡으면 안 된다. 하루 977건에 365일을 곱한 약 35만 7,000건은 참고용이다.¹⁹

두 상품의 차이는 구조에 있다. 여행자보험은 기간과 목적지만 넣으면 값이 나온다. 자동차보험은 특약 조합에 따라 값이 달라진다.

용종보험과 저축보험, 반려동물보험은 값을 정하는 항목이 많아 두 축이 모두 작았다. 항목이 적고 계약 기간이 짧을수록 비교가 계약으로 이어졌다.

<표 3> 영국에서도 상품에 따라 계약으로 이어지는 비율이 달랐다

영국 비교사이트의 상품별 이용 규모와 구매 전환율 (단위: %)

상품	계약 체결 기준 비교사이트 경유 비중	구매 전환율
자동차보험	38.6	57.7
여행자보험	25.2	40.7
주택보험	22.5	40.1
반려동물보험	21.4	43.7

주: 산정 기준과 조사 시점이 우리 자료와 달라 국내 값과 그대로 견줄 수 없다. 영국은 자동차보험 가입자의 약 75%가 갱신할 때 비교사이트를 쓴다.²⁰ 네 명 중 세 명꼴이다.

자료: 보험연구원 김동겸, 「해외 보험상품비교사이트 운영실태와 시사점」 (2023.7.17)을 정리.

플랫폼 안에서는 작은 회사가 컸다

플랫폼 안의 순위는 시장 순위와 달랐다. 2024년 2월 19일 기준 중소형사 4곳은 기존 시장에서 7.9%, 플랫폼 안에서는 48.7%였다.²¹ 대형 4개사는 기존 시장 91%인데 플랫폼 안에서는 50.1%였다.

1년 뒤에도 같다. 2025년 2월 기준 중소형사의 플랫폼 안 몫은 41.4%다.²² 전체 시장 몫 15~16%대의 두 배가 넘는다.

연구소는 이 숫자를 이 제도의 효과가 확인된 대목으로 본다. 다만 2025년 상반기 대형 4개사의 점유율은 85.3%로 그대로다.²³

이 장에서 확인할 것

- 1 여행 계획이 있으면 여행자보험을 플랫폼에서 건줘 본다. 넣을 항목이 적어 몇 분이면 끝난다.

확인하는 곳 · 비교·추천 서비스를 하는 플랫폼 앱의 보험 항목

2 자동차보험은 특약을 정한 뒤에 값을 견준다. 특약이 다르면 값도 달라진다.

확인하는 곳 · 지금 든 보험의 증권, 운전자 범위와 특약 목록을 먼저 적는다

하지 않아도 되는 것 · 회사 이름이 낯설다는 이유로 후보에서 빠지 않아도 된다.
보험금 지급은 회사 크기가 아니라 약관이 정한다.

3장

플랫폼에 가는 수수료는 얼마이고 누가 내는가

정해 둔 한도와 실제로 매긴 값이 같은가.

수수료를 누가 내느냐가 바뀌어도 그 값은 사라지지 않는다. 자리를 옮길 뿐이다.

모집수수료

보험을 판 사람에게
보험사가 주는 돈이다.
설계사와 대리점에 주던 이
돈을 플랫폼에도 주게
되면서 한도를 따로 정했다.

33%

기간이 짧은 보험의 수수료 한도(대면
모집수수료 대비)

2023년 7월 · 금융위원회

15%

장기 저축성보험 한도
(표준계약공제액 대비)

2023년 7월 · 금융위원회

20%

장기 보장성보험 한도
(표준계약공제액 대비)

2023년 7월 · 금융위원회

제도를 만들 때 정부는 수수료에 한도를 걸었다. 기간이 짧은 보험은
설계사에게 주던 모집수수료의 33% 이내다.²² 한도를 건 이유는 플랫폼에
주는 돈이 커질수록 소비자 몫이 줄기 때문이다.

자동차보험 한도를 보험료 기준으로 옮기면 4%대다.²⁴

<표 4> 상품 종류마다 다른 기준으로 한도를 걸었다

비교·추천 서비스 수수료 한도와 부가 의무 (2023년 7월 지정 조건)

상품 종류	한도를 재는 기준	한도	함께 붙은 의무
기간이 짧은 보험 (자동차·여행자 등)	설계사에게 주던 모집수수료	33% 이내	서비스를 내놓기 전에 추천 알고리즘을 검증받는다

상품 종류	한도를 재는 기준	한도	함께 붙은 의무
장기 저축성보험	표준해약공제액	약 15% 이내	반기마다 모집실적과 수수료를 제출한다
장기 보장성보험	표준해약공제액	약 20% 이내	보험회사에 대한 우월적 지위 남용을 금지한다

주: 자동차보험 한도를 보험료 기준으로 옮기면 4%대다.²⁴ 부가 의무는 상품 종류를 가리지 않고 모두 적용된다.²⁵

자료: 보험연구원 백영화, 「2023년 보험 분야 혁신금융서비스 지정 사례」(2024.2.5)를 정리.

실제로 매긴 값은 3% 안팎이었다

한도와 실제 값은 달랐다. 대형 4개사는 3.0%, 나머지 6개사는 3.3~3.5%로 정했다.²⁶

2025년 3월 이 값이 바뀌었다. 수수료율을 3%에서 1.5% 수준으로 낮췄다.²⁷ 절반이다.

누가 내느냐가 바뀌었다

더 큰 변화는 부담 주체다. 처음에는 보험사가 플랫폼용 보험료에 수수료를 얹었고 그 돈은 소비자가 냈다.

2025년 3월부터는 보험사가 사업비에서 낸다.²⁷ 이 방향은 2024년 9월 제3차 보험개혁회의에서 정했다.²⁷ 2025년 자동차보험 사업비율은 16.2%다.¹¹

연구소는 이 대목을 이렇게 본다. 수수료를 소비자 보험료에서 떼면 플랫폼을 쓴 사람만 더 낸다. 사업비에서 나가면 그 회사 계약자 전체가 나눠 낸다.

수수료를 보는 눈은 이미 만들어져 있다

정부는 수수료가 추천 순서를 흔들지 못하게 장치를 뒀다. 서비스를 내놓기 전에 코스콤이나 금융보안원 같은 기관에서 추천 알고리즘을 검증받게 했다.²⁸ 반기마다 모집실적과 수수료를 제출하게 하고 우월적 지위 남용도 금지했다.²⁵

그 검증에서 무엇을 어떤 기준으로 봤는지 공개한 자료는 확인하지 못했다.²⁹ 반기마다 낸 자료를 모아 통계로 낸 것도 찾지 못했다.

연구소는 수수료를 규제하는 장치는 만들어 뒀으나 그것이 작동하는지 국민이 확인할 방법은 없다고 본다.

이 장에서 확인할 것

- 1 플랫폼 화면에 수수료를 밝힌 문구가 있는지 찾는다. 화면 아래쪽 안내 항목에 있다.

확인하는 곳 · 비교 결과 화면의 이용 안내 또는 유의사항 항목

- 2 같은 조건으로 보험사 누리집 값도 확인한다. 두 값이 같으면 수수료를 보험사가 낸 것이다.

확인하는 곳 · 보험사 누리집의 다이렉트 자동차보험 화면

하지 않아도 되는 것 · 수수료를 정확히 알아야 계약할 수 있는 것은 아니다.
최종 보험료만 견주어도 된다.

4장

플랫폼 값과 보험사 누리집 값이 왜 달랐나

값을 하나로 맞추면 누구의 값이 내려가고 누구의 값이 올라가는가.

두 값을 하나로 맞추자 플랫폼 값은 내려갔고 누리집 값은 올라갔다. 값 차이를 없앤 자리에 다른 것이 남았다.

합산비율

보험금과 사업비를 합쳐
보험료의 몇 퍼센트를
썼는지 나타내는 값이다.
100%를 넘으면 그 보험에서
손실이 났다는 뜻이다.

35.8%

자동차보험 온라인 직판 채널 비중
2024년 실적 · 금융감독원

20조 2,890억 원

자동차보험 원수보험료
2025년 실적 · 금융감독원

103.7%

자동차보험 합산비율
2025년 실적 · 금융감독원

서비스가 문을 연 직후 소비자들은 같은 조건인데 값이 다른 화면을 봤다.
보험사가 플랫폼용 요율을 따로 매겼기 때문이다. 대형 4개사에서 3만 원대 차이가 났다.³⁰

그래서 사람들은 플랫폼에서 값을 견주고 보험사 누리집으로 옮겨 가
계약했다.

2025년 3월 20일에 두 값을 하나로 맞췄다

정부와 업계는 2025년 3월 20일 두 값을 하나로 맞췄다.³¹ 온라인 직판 100만 원, 플랫폼 103만 원이던 계약이 양쪽 모두 101만 5,000원이 된다.³²

플랫폼에서 사던 사람은 1만 5,000원을 덜 내고, 누리집에서 사던 사람은 그만큼 더 낸다.

연구소는 이 방식이 값을 건주는 이유를 하나 줄였다고 본다. 대신 화면에서 본 값과 실제로 내는 값이 어긋나지 않는다.

자동차보험 전체 보험료가 낮아졌는지 보여 주는 자료는 확인하지 못했다.²⁹ 계약 체결률은 1.0의 9.7%에서 2.0의 14.5%로 올랐다.³³ 플랫폼이 받아 채우는 정보도 늘었다.³⁴

<표 5> 값을 하나로 맞추면서 수수료를 내는 사람도 바뀌었다

자동차보험 비교·추천 서비스 1.0과 2.0의 차이

항목	1.0 (2024년 1월~2025년 3월)	2.0 (2025년 3월 20일부터)
보험료	플랫폼용 요율을 따로 매겼다. 누리집 값보다 비쌌다	온라인 직판과 플랫폼 값을 하나로 맞췄다
수수료율	약 3% (대형 4개사 3%, 나머지 3.3~3.5%)	1.5% 수준
수수료를 내는 쪽	소비자 (보험료에 얹었다)	보험회사 (사업비에서 나간다)
받아 채우는 정보	기본 정보만	차량 모델명·연식·배기량, 기존 계약 만기일, 특약 정보
계약 체결률	9.7%	14.5%

주: 보험료와 정보 항목은 보험연구원 자료로 확인했다.^{31,34} 수수료율과 체결률은 언론 보도를 따랐다.^{26,27,33} 체결률은 2025년 상반기 기준이다.

자료: 보험연구원 CEO Report(2025.9)와 언론 보도를 정리.

플랫폼이 커진 만큼 온라인 직판이 커졌다

여섯 해 흐름에서 자리를 넓힌 쪽은 플랫폼이 아니라 온라인 직판이다.^{5,10}

<표 6> 여섯 해 동안 12.1%p 늘어난 것은 온라인 직판이다

자동차보험 판매 경로별 비중 (단위: %)

연도	대면	전화(TM)	온라인 직판(CM)	플랫폼(PM)
2020년			25.3	
2021년			28.8	
2022년			31.6	
2023년			33.8	
2024년	47.8	16.0	35.8	0.4
2025년	46.1		37.4	0.7

주: 1) 2020~2024년 값은 금융감독원 발표 원문이다.⁵ 플랫폼 항목은 2024년 실적부터 새로 만들었다.
2) 2025년 값은 언론 보도를 따랐다.¹⁰ 매체 두 곳에서 같은 값을 맞춰 봤다. 빈 칸은 확인하지 못한 값이다.
3) 12.1%p는 2025년 37.4%에서 2020년 25.3%를 뺀 값이다.
자료: 금융감독원 자동차보험 사업실적 자료와 언론 보도를 정리.

자동차보험 자체는 손실을 내고 있다. 2025년 손해율 87.5%, 사업비율 16.2%, 합산비율 103.7%다. 보험손익은 7,080억 원 손실이다.¹¹ 한 대당 약 2만 7,000원 손실이다.¹³

연구소는 이 흐름을 플랫폼이 만든 결과로 보지 않는다. 온라인 직판은 비교·추천 서비스가 나오기 전부터 해마다 2%p 넘게 올랐다.

플랫폼이 한 일은 여러 회사 값을 한 화면에 모은 것이다. 그 수고를 줄인 자리에서 중소형사가 몫을 키웠다.

이 장에서 확인할 것

- 1 자동차보험을 갱신하기 전에 플랫폼과 누리집 값을 같은 날 확인한다. 조건을 똑같이 넣는다.

확인하는 곳 · 플랫폼 앱과 보험사 다이렉트 누리집. 운전자 범위와 특약을 같게 맞춘다

2 지금 계약의 만기일을 달력에 적는다. 만기 한 달 전부터 값을 견줄 수 있다.

확인하는 곳 · 보험증권 또는 보험사 앱의 계약 조회 화면

하지 않아도 되는 것 · 두 값이 같다면 어느 쪽에서 들어도 된다. 값이 같은 것을 확인하는 것만으로 충분하다.

5장

추천 순서는 무엇으로 정해지나

맨 위에 뜬 상품이 왜 맨 위에 있는지 국민이 알 수 있는가.

검증을 받게 한 규정은 있다.
무엇을 어떤 기준으로 봤는지
국민이 읽을 자료는 없다.

정렬 기준

비교 화면에서 상품을 어떤
순서로 늘어놓는지 정하는
규칙이다. 값이 싼 순서일
수도 있고, 다른 기준일 수도
있다.

63~67%

영국 이용자가 총비용 기준
1~2번째로 싼 것을 고른 비율
2026년 2월 · 영국 금융행위감독청

3~4%

같은 이용자가 나눠 내는 이자가 가장
싼 것을 고른 비율
2026년 2월 · 영국 금융행위감독청

55%

영국 자동차보험 판매 가운데
비교도구를 거친 몫
2017년 9월 · 영국 경쟁시장청

3장에서 본 대로 우리 제도는 추천 알고리즘을 검증받게 했다.²⁸ 그 검증에서
무엇을 봤는지 밝힌 자료는 확인하지 못했다.²⁹

영국은 순서와 선택의 관계를 짚다

영국 비교사이트는 보험료와 나눠 낼 때 붙는 이자를 합한 총비용 순으로
늘어놓는다. 이용자는 총비용이 가장 싸거나 두 번째로 싼 상품을 63~67%
고른다.³⁵ 세 명 중 두 명꼴이다. 반면 이자가 가장 싼 상품을 고른 경우는
100명 중 서너 명이다.

영국 비교사이트에서 팔린 자동차보험 계약의 12%는 나눠 내는 이자가
보험료의 15%를 넘었다.³⁶ 화면이 보여 주지 않은 항목은 거의 아무도 고르지
않았다.

영국 경쟁시장청은 2017년 시장조사에서 대부분의 비교도구가 순서 기준을 미리 알리지 않는다고 지적했다.³⁷ 영국은 자동차보험 판매의 약 55%가 비교도구를 거친다.

영국 금융행위감독청은 값만 앞세운 화면이 자기에게 맞지 않는 계약으로 이어질 수 있다고 본다.³⁸

수수료가 화면의 값을 움직인 적은 이미 있다

추천 순서가 수수료에 흔들린 사례는 확인하지 못했다.²⁹ 다만 수수료가 화면에 뜬 값을 움직인 일은 3장과 4장에서 이미 봤다.^{26,30}

값이 그만큼 움직였다면 순서도 움직일 수 있다. 이 의심을 없애는 길은 순서를 무엇으로 정했는지 화면에 적는 것이다. 한 줄 적는 데 새 제도가 필요하지 않다.

연구소는 이렇게 정리한다. 정부는 검증을 받게 했고, 그 결과를 국민이 읽을 방법은 만들지 않았다.

이 장에서 확인할 것

- 1 **비교 결과 화면에서 정렬 기준을 밝힌 문구를 찾는다. 없으면 없다는 사실을 확인한 것이다.**

확인하는 곳 · 결과 목록 위쪽의 정렬 항목과 화면 아래 안내 문구

- 2 **맨 위 상품과 값이 가장 싼 상품이 같은지 본다. 다르면 두 상품의 보장 내용을 나란히 놓는다.**

확인하는 곳 · 비교 결과 화면. 자기부담금과 특약 항목을 건준다

하지 않아도 되는 것 · 맨 위에 뜬 상품을 피할 이유는 없다. 값이 싸서 위에 있을 수도 있다.

영국은 12년 동안 무엇을 문제로 봤나

먼저 겪은 나라가 무엇을 고쳤고, 우리는 어디쯤 서 있는가.

영국은 화면에 뜬 값이 어떻게
정해지는지를 12년에 걸쳐
숫자로 밝혔다.

금융행위감독청

영국에서 금융회사의 영업
행위를 감독하는 기관이다.
영문 이름은 Financial
Conduct Authority이고
줄여서 FCA로 쓴다.

14곳

영국 감독기관이 2014년에 점검한
비교사이트

2014년 7월 · 영국 금융행위감독청

600만명

2018년에 자기 위험에 건취 비싸게
낸 사람

2020년 9월 · 영국 금융행위감독청

12억 파운드

그 600만 명이 더 낸 금액
2020년 9월 · 영국 금융행위감독청

영국은 비교사이트를 우리보다 먼저 겪었다. 2013년 체결된 자동차보험
2,660만 건 가운데 약 3분의 1이 비교사이트를 거쳤다.³⁹

영국 금융행위감독청은 2013년 12월부터 2014년 4월까지 비교사이트
14곳을 점검했다.³⁹ 자기 역할을 알리지 않았고, '무료'라는 표현이 오해를
만들 수 있다고 봤다.⁴⁰ 보험사와 한 그룹인 사실을 밝히지 않은 곳도 있었다.⁴¹

2014년 9월 영국 경쟁시장청은 다른 곳에서 더 싸게 팔지 못하게 묶는 약정을
금지했다.⁴²

2020년에 가격 구조 자체를 계산했다

영국 금융행위감독청은 2018년에 600만 명이 자기 위험에 건취 12억
파운드를 더 냈다고 계산했다.⁴³ 600만 명으로 나누면 한 사람당 200파운드다.

새로 든 사람에게는 싸게 주고, 오래 유지한 사람에게는 비싸게 받았다.
2019년 영국 자동차보험은 신규 285파운드, 5년 이상 유지 370파운드다.⁴⁴
오래 유지한 쪽이 1.3배 낸다.

2021년 8월에는 갱신 가입자에게 신규보다 비싼 값을 매기지 못하게 했다.⁴⁵
2024년까지 3년간 체결된 영국의 주택·자동차보험 계약은 절반 넘게
비교사이트를 거쳤다.⁴⁶

<표 7> 영국은 12년에 걸쳐 다섯 번 손을 댔다

영국 감독기관이 비교사이트를 두고 내놓은 조치

시점	기관	무엇을 봤나	무엇을 했나
2014년 7월	금융행위감독청	비교사이트 14곳 점검	역할 고지, '무료' 표현, 이해관계 미공시를 지적
2014년 9월	경쟁시장청	자동차보험 시장조사	다른 곳에서 더 싸게 팔지 못하게 묶는 약정을 금지
2017년 9월	경쟁시장청	비교도구 시장조사	정렬 기준을 미리 알리지 않는다고 지적
2020년 9월	금융행위감독청	일반보험 가격 산정 방식	600만 명이 12억 파운드를 더 냈다고 계산
2021년 8월	금융행위감독청	위 조사의 후속	갱신 가입자에게 신규보다 비싸게 매기지 못하게 함

주: 2021년 규칙은 2022년 1월 1일부터 적용한다.⁴⁵ 표에 적은 다섯 건 외에 2026년 2월 후속 조사가 있다.⁴⁶

자료: 영국 금융행위감독청과 경쟁시장청 원문을 정리.

우리는 어디쯤 서 있나

값을 묶는 약정 문제는 우리도 장치가 있다. 플랫폼이 보험회사에 우월적 지위를 쓰지 못하게 했다.²⁵ 다만 수수료를 누가 얼마나 받는지 화면에서 확인할 방법은 없다.

정렬 기준도 마찬가지다. 영국은 2017년에 이 문제를 공식 지적했다.

한 가지는 우리가 앞서 있다. 영국은 사이트마다 묻는 항목이 달라 같은 사람에게 다른 보험료가 나온다.²⁰ 우리는 2025년 3월부터 값을 하나로 맞췄다. 다만 자동차보험에만 적용된다.²⁹

영국이 12년 동안 다룬 문제는 둘이다. 화면에 뜬 값이 실제로 내는 값과 같은가, 그 순서를 누가 무엇으로 정했는가. 앞쪽은 우리도 손을 댔고 뒤쪽은 아직이다.

연구소가 제안하는 네 가지

첫째, 정렬 기준을 화면에 적게 한다. 값 순서인지, 다른 기준을 섞었는지만 밝히면 된다.

둘째, 알고리즘 검증 결과를 요약해 공개한다. 검증 기관과 시점, 무엇을 봤는지면 된다.

셋째, 반기마다 받는 실적과 수수료 자료를 통계로 낸다. 제출 의무는 이미 있다.²⁵

넷째, 상품별 실적을 나눠 공표한다. 지금은 다섯 개 상품을 합친 값이 주로 나온다.

네 가지 모두 새 제도를 만들자는 말이 아니다. 이미 받고 있는 자료를 정리해 내놓자는 것이다.

아직 정해지지 않은 것

지정 기간 2년이 지나면서 연장 논의가 있었으나 2026년 8월 현재 연장 여부는 확인하지 못했다.²³

참여하는 플랫폼 수는 줄었다. 자동차보험 2.0에 이름을 올린 곳은 네이버페이와 토스, 해빗팩토리, 카카오페이 네 곳이다.⁴⁷ 실손의료보험은 아직 나오지 않았다.²⁹

무엇을 보면 알 수 있는가. 하나는 정렬 기준을 밝힌 문구가 비교 화면에 생기는지다. 다른 하나는 플랫폼 채널 비중이 1%를 넘는지다.

이 장에서 확인할 것

- 1 갱신할 때 지금 회사의 값과 다른 회사의 값을 함께 확인한다. 오래 유지했다고 값이 싼 것은 아니다.**
확인하는 곳 · 지금 든 보험사 앱의 갱신 안내 화면과 플랫폼 비교 화면
- 2 계약하기 전에 화면에 뜬 값이 최종 금액인지 확인한다. 나눠 내면 붙는 비용이 따로 있는지 본다.**
확인하는 곳 · 결제 직전 화면의 납입 방법 항목과 총 납입금액 표기

하지 않아도 되는 것 · 값이 같으면 회사를 옮기지 않아도 된다. 옮기는 것 자체가 이득은 아니다.

APPENDIX A

부록 가 · 용어 풀이

비교·추천 서비스

여러 보험회사의 같은 종류 상품을 한 화면에서 견주게 하고 그 가운데 몇 가지를 골라 보여 주는 서비스다.

용종보험

대장 같은 곳에서 용종을 떼어 냈을 때 보험금을 주는 상품이다. 2024년 1월 자동차보험과 함께 첫 대상이 됐다.

대면 채널

설계사나 대리점을 만나서 계약하는 경로다.

전화 채널(TM)

전화로 설명을 듣고 계약하는 경로다.

온라인 직판 채널(CM)

보험사 누리집이나 앱에서 소비자가 직접 계약하는 경로다. 다이렉트 보험이라고도 부른다.

플랫폼 채널(PM)

핀테크 앱의 비교·추천 화면을 거쳐 계약하는 경로다. 2024년 실적부터 따로 집계한다.

모집수수료

보험을 판 사람에게 보험사가 주는 돈이다.

표준계약공제액

계약을 일찍 갚을 때 보험사가 떼는 금액의 기준이다. 장기 상품의 수수료 한도를 갚을 때 쓴다.

원수보험료

보험사가 계약자에게서 받은 보험료 총액이다.

합산비율

보험금과 사업비를 합쳐 보험료의 몇 퍼센트를 썼는지 나타내는 값이다. 100%를 넘으면 손실이다.

APPENDIX B

부록 나 · 자료 출처와 각주

자료 출처

아래 자료는 모두 2026년 8월 17일에 직접 열어 확인했다. 32건 가운데 1차 자료가 19건으로 59.4%다.

1. [1차] 금융위원회, 「플랫폼 보험상품 비교·추천 서비스」 (2023.4.7), 한국개발연구원
경제정보센터 전재본. eiec.kdi.re.kr (<https://eiec.kdi.re.kr/policy/materialView.do?num=237257>)
2. [1차] 금융위원회, 「보험 비교·추천서비스 이용현황 및 향후 계획」 (2024.2.20), 보험연구원
전재본. kiri.or.kr (https://kiri.or.kr/PDF/weeklytrend/20240226/trend20240226_12.pdf)
3. [1차] 금융위원회, 「저축보험 플랫폼 비교·추천서비스 출시」 (2024.6.27), 한국개발연구원
경제정보센터 전재본. eiec.kdi.re.kr (<https://eiec.kdi.re.kr/policy/materialView.do?num=253351>)
4. [1차] 금융위원회, 「자동차보험 비교·추천서비스 2.0」 (2025.3.19), 한국개발연구원
경제정보센터 전재본. eiec.kdi.re.kr (<https://eiec.kdi.re.kr/policy/materialView.do?num=264484>)
5. [1차] 보험연구원 백영화, 「KIRI 보험법 리뷰 · 보험상품 비교·추천 서비스 혁신금융서비스
지정」 (2023.8.21). kiri.or.kr (<https://www.kiri.or.kr/report/downloadFile.do?docId=396889>)
6. [1차] 보험연구원 백영화, 「2023년 보험 분야 혁신금융서비스 지정 사례」 (2024.2.5).
kiri.or.kr (<https://www.kiri.or.kr/report/downloadFile.do?docId=471139>)
7. [1차] 보험연구원 김동겸, 「해외 보험상품비교사이트 운영실태와 시사점」 (2023.7.17).
kiri.or.kr (<https://www.kiri.or.kr/report/downloadFile.do?docId=379789>)
8. [1차] 금융감독원, 「2024년 자동차보험 사업실적(잠정)」 (2025.4.7), 보험연구원 전재본.
kiri.or.kr (https://kiri.or.kr/PDF/weeklytrend/20250421/trend20250421_3.pdf)
9. [1차] 금융감독원, 「2025년 자동차보험 사업실적(잠정)」 (2026.3.26), 한국개발연구원
경제정보센터 전재본. eiec.kdi.re.kr (<https://eiec.kdi.re.kr/policy/materialView.do?num=278412>)
10. [1차] 보험개발원, 「보험정보 빅데이터 플랫폼 · 자동차보험 가입대수」. begin.kidi.or.kr
(<https://begin.kidi.or.kr:9443/stat/getMajMetricDetail?metricId=16>)
11. [1차] 영국 금융행위감독청, 「TR14/11 Price comparison websites in the general
insurance sector」 (2014.7). fca.org.uk
(<https://www.fca.org.uk/publication/thematic-reviews/tr14-11.pdf>)
12. [1차] 같은 기관, 보도자료 「Price comparison websites failing to meet FCA
expectations」 (2014.7.16). fca.org.uk (<https://www.fca.org.uk/news/press-releases/price-comparison-websites-failing-meet-fca-expectations>)
13. [1차] 같은 기관, 「Price comparison websites」 주제 페이지(2025.8.29 갱신).
fca.org.uk (<https://www.fca.org.uk/publications/thematic-reviews/price-comparison-websites>)
14. [1차] 같은 기관, 「MS18/1.3 General insurance pricing practices: Final Report」
(2020.9). fca.org.uk (<https://www.fca.org.uk/publication/market-studies/ms18-1-3.pdf>)
15. [1차] 같은 기관, 「PS21/11 General insurance pricing practices · amendments」
(2021.8.18). fca.org.uk (<https://www.fca.org.uk/publications/policy-statements/ps21-11-general-insurance-pricing-practices-amendments>)
16. [1차] 같은 기관, 「MS24/2 Premium Finance Market Study: Final Report」 (2026.2).
fca.org.uk (<https://www.fca.org.uk/publication/market-studies/ms24-2-final-report.pdf>)
17. [1차] 영국 경쟁시장청, 「Digital comparison tools market study: Final report」
(2017.9.26). gov.uk
(<https://assets.publishing.service.gov.uk/media/59c93546e5274a77468120d6/digital-comparison-tools-market-study-final-report.pdf>)

18. [1차] 같은 기관, 「CMA finalises changes for car insurance」 (2014.9.24). gov.uk
(<https://www.gov.uk/government/news/cma-finalises-changes-for-car-insurance>)
19. [1차] 보험연구원 김동겸, 「CEO Report 2025-08 보험개혁회의 내용과 과제: 보험영업」
(2025.9). kiri.or.kr (<https://www.kiri.or.kr/community/boardDownloadFile.do?bid=169794&seq=2>)
20. [2차] 시사저널(2024.1) · 플랫폼과 보험사 누리집 보험료 차이. sisajournal.com
(<https://www.sisajournal.com/news/articleView.html?idxno=281769>)
21. [2차] 아시아경제(2025.2.20) · 자동차보험 2.0 보험료 일원화 선행. asiae.co.kr
(<https://www.asiae.co.kr/article/2025022013261009857>)
22. [2차] 한국경제(2025.3.19) · 2.0 시행일과 참여사 일정. hankyung.com
(<https://www.hankyung.com/article/202503194826i>)
23. [2차] 뉴스핌(2024.9.26) · 제3차 보험개혁회의 발표 내용과 수수료율. newspim.com
(<https://www.newspim.com/news/view/20240926000232>)
24. [2차] 이투데이(2025.3.19) · 2.0 발표 상세 수치. etoday.co.kr
(<https://www.etoday.co.kr/news/view/2453934>)
25. [2차] 파이낸셜뉴스(2025.10.20) · 계약 체결률과 상반기 플랫폼 계약 건수. fnnews.com
(<https://www.fnnews.com/news/202510201806533979>)
26. [2차] 디지털타임스(2025.11.10) · 2025년 상반기 판매 경로별 비중. dt.co.kr
(<https://www.dt.co.kr/article/12028383>)
27. [2차] 파이낸셜포스트(2026.3.31) · 2025년 연간 판매 경로별 비중. financialpost.co.kr
(<https://www.financialpost.co.kr/news/articleView.html?idxno=253727>)
28. [2차] 블로터(2025.4.22) · 전환율 비교와 중소형사 몫. bloter.net
(<https://www.bloter.net/news/articleView.html?idxno=635337>)
29. [2차] 포인트데일리(2025.12.4) · 지정 기간 만료와 연장 논의. pointdaily.co.kr
(<https://www.pointdaily.co.kr/news/articleView.html?idxno=283007>)
30. [2차] 헤럴드경제(2024.1.19) · 개시 시점 참여 회사 구성. biz.heraldcorp.com
(<https://biz.heraldcorp.com/article/3307342>)
31. [2차] 전자신문(2024.1.22) · 보험사별 플랫폼 수수료율과 값 차이. etnews.com
(<https://www.etnews.com/20240122000261>)
32. [2차] 뉴스토마토(2025.3.19) · 2.0 개시일과 수수료율 인하, 참여 플랫폼.
newstomato.com (<https://www.newstomato.com/ReadNews.aspx?no=1256429>)

각주

1. 금융위원회가 2024년 6월 27일 발표한 저축보험 출시 자료의 상품별 일정표다. 한국개발연구원 경제정보센터 전재본으로 확인했다. 1차.
2. 보험연구원이 정리한 2023년 지정 사례다. 지정 시점은 2023년 7월, 핀테크 11곳이다. 1차.
3. 금융위원회 금융산업국 보험과가 2023년 4월 7일 발표한 제도 설계 자료다. 한국개발연구원 경제정보센터 전재본으로 확인했다. 1차.
4. 같은 자료의 취급 상품 범위다. 여섯 가지 모두 온라인 상품으로 한정한다. 1차.
5. 금융감독원이 2025년 4월 7일 배포한 2024년 자동차보험 사업실적이다. 보험연구원 전재본으로 확인했다. 판매 경로 넷과 2020~2024년 온라인 직판 흐름이 이 표에 있다. 1차.
6. 헤럴드경제(2024.1.19) 보도다. 개시 시점 참여 회사 수는 이 한 곳에서 확인했다. 2차.
7. 금융위원회가 2025년 3월 19일 발표한 자료의 누적 실적이다. 한국개발연구원 경제정보센터 전재본으로 확인했다. 1차.
8. 9.4%는 $140,000 \div 1,486,000$ 의 값이다. 다섯 개 상품 평균 15.1%는 $280,000 \div 1,850,000$ 이다. 5.6배는 $(1,850,000 - 280,000) \div 280,000$ 이다. 파생.

9. 이투데이(2025.3.19)가 금융위원회 자료를 옮긴 값이다. 같은 값을 실은 매체가 여러이다. 발표 원문의 첨부 파일은 확인하지 못했다. 2차.
10. 2025년 연간 값은 파이낸셜포스트(2026.3.31) 보도다. 같은 값을 실은 다른 매체를 찾지 못했다. 디지털타임스(2025.11.10)가 적은 2025년 상반기 값은 대면 46.4%, 온라인 직판 37.2%, 전화 15.7%, 플랫폼 0.7%로 방향이 같다. 두 보도 모두 금융감독원 발표를 인용했다. 2차.
11. 금융감독원이 2026년 3월 26일 발표한 2025년 자동차보험 사업실적이다. 한국개발연구원 경제정보센터 전재본으로 확인했다. 채널별 비중 표는 요약면에 없다. 1차.
12. 약 1,420억 원은 20조 2,890억 원 $\times$ 0.007의 값이다. 파생.
13. 가입대수 2,585만 대는 보험개발원 보험정보 빅데이터 플랫폼의 2025년 값이다. 약 18만 대는 25,850천 대 $\times$ 0.007이다. 한 대당 보험료 약 78만 5,000원은 20조 2,890억 원 $\div$ 25,850천 대, 한 대당 손실 약 2만 7,000원은 7,080억 원 $\div$ 25,850천 대다. 1차·파생.
14. 파이낸셜뉴스(2025.10.20)가 금융감독원 자료를 인용한 값이다. 0.63%는 92,000 $\div$ 14,700,000이다. 직접계약 건수의 정의를 확인하지 못했으므로 참고값이다. 2차·파생.
15. 금융위원회가 2024년 2월 20일 낸 자료다. 보험연구원 전재본으로 확인했다. 1차.
16. 같은 자료의 용종보험 실적이다. 1차.
17. 같은 자료의 주차별 하루 평균 계약 건수다. 1차.
18. 이투데이(2025.3.19) 보도다. 6.6배는 62.5 $\div$ 9.4의 값이다. 2차·파생.
19. 약 35만 7,000건은 977건 $\times$ 365일이다. 여행자보험은 계절에 따라 크게 달라지므로 참고값이다. 파생.
20. 보험연구원 김동겸(2023)의 영국 자료다. 상품별 값은 조사 시점과 산정 기준이 국내 자료와 다르다. 1차.
21. 같은 자료의 회사 규모별 몫이다. 6.2배는 48.7 $\div$ 7.9의 값이다. 1차·파생.
22. 수수료 한도는 보험연구원 백영화(2024)가 정리한 값이다. 플랫폼 안 41.4%는 이투데이(2025.3.19)와 블로터(2025.4.22) 두 매체에서 확인했다. 전체 시장 몫은 이투데이가 16%대, 블로터가 15%로 적어 값이 갈리므로 하나로 줄이지 않았다. 1차·2차.
23. 포인트데일리(2025.12.4) 보도다. 대형 4개사 점유율 85.3%는 2025년 상반기 기준이다. 같은 보도는 지정 기간이 2026년 초에 끝나고 연장될 전망이라고 적었다. 2026년 8월 현재 연장 여부는 확인하지 못했다. 2차.
24. 보험연구원 김동겸(2023)이 자동차보험 한도를 보험료 기준으로 적은 값이다. 1차.
25. 보험연구원 백영화(2024)가 정리한 부가 조건이다. 반기별 실적·수수료 제출과 우월적 지위 남용 금지가 들어 있다. 1차.
26. 시사저널(2024.1)과 전자신문(2024.1.22) 두 매체에서 확인했다. 대형 4개사 3.0%, 나머지 6개사 3.3~3.5%다. 2차.
27. 수수료율 1.5%는 뉴스토마토(2025.3.19)와 아시아경제(2025.2.20) 두 매체에서 확인했다. 금융위원회 발표 원문에서는 이 값을 확인하지 못했다. 부담 주체를 보험회사로 바꾸고 두 값을 하나로 맞추기로 한 결정은 뉴스핌(2024.9.26)이 전한 제3차 보험개혁회의 발표 내용에 있다. 2차.
28. 보험연구원 백영화(2024)가 정리한 지정 조건이다. 출시 전에 코스콤이나 금융보안원 같은 기관에서 추천 알고리즘의 공정성과 적정성을 검증받게 했다. 1차.
29. 정렬 기준과 검증 결과를 공개한 자료, 실손의료보험 출시를 알린 자료, 자동차보험 밖 네 상품의 값 일원화 자료, 2026년 시점의 참여 플랫폼 수를 알린 자료를 확인하지 못했다. 이 서술은 공개된 자료의 범위에 한정한다.
30. 시사저널(2024.1) 보도다. 회사별로 3만 6,970원에서 3만 9,640원까지 적었다. 전자신문(2024.1.22)은 최대 4만 원가량이라고 적었다. 회사별 금액이 매체마다 달라 본문에는 3만 원대라고만 적었다. 2차.
31. 보험연구원 CEO Report(2025.9)다. 보험료 일원화와 만기일 2025년 4월 19일 적용 시작을 밝힌다. 3월 20일 개시는 한국경제와 뉴스토마토(2025.3.19) 두 매체에서 확인했다. 1차·2차.
32. 아시아경제(2025.2.20) 보도의 예시다. 2차.
33. 파이낸셜뉴스(2025.10.20) 보도다. 금융감독원이 국회 정무위원회에 낸 자료를 인용했다. 2차.
34. 같은 자료의 정보공유 확대 항목이다. 1차.
35. 영국 금융행위감독청 「MS24/2」(2026.2)다. 1차.
36. 같은 자료의 분할납부 이자 관련 값이다. 1차.

37. 영국 경쟁시장청 「Digital comparison tools market study」 (2017.9.26)다. 인터넷 이용자 85%와 최근 1년 안 이용 71%, 자동차보험 약 55%, 정렬 기준을 미리 알리지 않는다는 지적, 네 가지 권고가 모두 이 보고서에 있다. 1차.
38. 영국 금융행위감독청 「Price comparison websites」 주제 페이지다. 2025년 8월 29일 갱신본이다. 1차.
39. 영국 금융행위감독청 「TR14/11」 과 2014년 7월 16일 보도자료다. 점검 기간은 2013년 12월부터 2014년 4월까지다. 1차.
40. 같은 보고서의 '무료' 표현 관련 지적이다. 1차.
41. 같은 보도자료의 이해관계 공시 관련 지적이다. 1차.
42. 영국 경쟁시장청 「CMA finalises changes for car insurance」 (2014.9.24)다. 1차.
43. 영국 금융행위감독청 「MS18/1.3」 (2020.9)이다. 한 사람당 200파운드는 12억 파운드÷600만 명이다. 1차·파생.
44. 같은 보고서의 2019년 신규·장기 가입자 보험료다. 1차.
45. 영국 금융행위감독청 「PS21/11」 (2021.8.18)이다. 2022년 1월 1일 시행이고 1월 17일까지 유예를 뒀다. 1차.
46. 영국 금융행위감독청 「MS24/2」 (2026.2)다. 2024년까지 3년간 기준이다. 1차.
47. 한국경제(2025.3.19), 뉴스토마토 (2025.3.19), 블로터(2025.4.22) 세 매체가 네이버페이·토스·해빗팩토리·카카오페이 네 곳을 같게 적었다. 2차.



제목	비교는 185만 번, 가입은 28만 건
시리즈	넥서스 리서치 2026_29 · NEXUS Research 2026_29
발행	넥서스 금융경영연구소 · 2026년 8월 17일
자료 기준일	2026년 8월 17일
인용 형식	넥서스 금융경영연구소, 「비교는 185만 번, 가입은 28만 건」, 넥서스 리서치 2026_29, 2026.
수정 이력	없음
누리집	nexusfmi.com

이 보고서는 국민의 금융생활과 관련된 사안을 넥서스 금융경영연구소가 자체 기준에 따라 조사·분석한 자료다. 특정 금융회사나 금융상품의 매매를 권유하거나 그 가치를 판단하려는 목적이 아니며, 개별 사안에 대한 법률 자문이나 세무 자문이 아니다. 본문의 견해는 넥서스 금융경영연구소의 것이고, 보험 계약을 정하는 책임은 이용자 본인에게 있다. 인용할 때는 출처를 밝혀 주기 바란다.