

# 금융상품 불완전판매 방지를 위한 법적 과제\*

## - 보험상품 판매를 중심으로 -

이 성 님\*\*

<차례> \_\_\_\_\_

- I. 서 설
- II. 보험상품의 제조 및 거래상의 특성
- III. 보험상품의 불완전 판매 개념 및 발생 현황
- IV. 보험상품의 불완전 판매 방지를 위한 법적 과제
- V. 결 론

주제어 : 불완전판매, 설명의무, 자기책임, 보험거래의 특성, 보험전달체계, 보험약관, 권력자 보호

<국문초록> 보험상품의 불완전 판매를 줄이기 위해서는 각 이해당사자의 각고의 노력이 요청된다. 보험회사는 내부통제체도를 강화하여 소비자에게 좋은 상품을 제공하고, 설명서의 기재사항의 배열과 표시를 특별히 하며, 면책사항의 순서를 자주 적용되는 면책 사유가 먼저 표시될 수 있도록 하는 등 설명체계의 개편을 통하여 불완전 판매를 해소하는 노력을 경주하여야 한다. 또한 제4차 산업 혁명 기술을 활용한 설명기술을 개발하여 모집종사자의 자의적 설명과 잘못된 설명이 되지 않도록 하는 설명 보조 장치를 개발하여 활용하는 방안을 강구하여야 한다. 한편 보험회사 내부의 소비자권익보호위원회의 활용을 통한 실질적 소비자 보호 정책을 수립하여 시행하고 유희점포를 활용한 보험소비자문화센터 설치를 통해 보험상품의 홍보, 상담, 소비자 교육이 체계적으로 수행될 수 있도록 하여 소비자 친화적 정책을 과감하게 추진할 필요가 있다.

보험모집종사자는 내부통제체도의 강화를 통해, 전문가로서 자질 배양을 위한 노력을 경주하여야 한다. 또한 자기 책임원칙에 대비한 자본을 확충하고, 법규 준수를 위한 윤리 및 법블리크스 교육을 강화하여야 한다.

보험소비자는 소비자의 권리의 정당한 행사를 하여야 하고, 합리적 소비활동을 위한 교육 받을 권리를 적극적으로 행사하여야 한다.

금융당국은 사업비 및 수수료 제도를 전면 재검토하여 불완전판매의 유발원인을 제거하여야

\* 본 논문은 한국보험법학회 2019년 춘계학술대회에서 발표한 내용을 수정 보완한 것이다.

\*\* 목포대학교 금융보험학과 교수법학박사

- 논문접수일(2019.10.10), 심사개시일(2019.10.14), 게재확정일(2019.10.29)

한다. 또한 불완전판매상품 발견 및 이에 대한 피해의 신속한 전파 및 구제제도를 마련하여야 한다. 위법한 모집행위에 대해서는 과징금을 부과하고, 손해배상을 통하여 보험회사 및 보험모집조직의 불완전 판매로 인한 재무적 인센티브 제거하고, 보험대리점의 수수료 구조 개선을 통한 소속 보험설계사의 불완전판매 유인을 제거하는 대책을 강구하여야 한다. 또한 보험모집종사자의 도덕적 해이를 방지하기 위한 법인보험대리점의 책임담보장치를 마련하고, 실질적인 설명의무 이행이 가능하도록 설명정보의 제공 및 인식 등 정보 설명 및 전달 체계를 재정비하여야 한다.

## I. 서 설

보험은 금융상품의 일종으로서 보험계약자 측이 가지고 있는 불확실한 위험을 보험자에게 이전하는 것을 목적으로 하는 위험보장제도이다. 또한 보험은 다수의 구성원의 十匙一飯의 정신이 내포된 사회적 손실분담 시스템이라고 볼 수 있다.

이러한 보험제도는 국민의 조기사망 등으로 인한 경제적 위험보장 확보, 피보험자의 질병 및 재해 발생에 따른 본인 및 가족의 직접적인 비용지출 부담 등 피보험자 측의 경제적 손실 보충, 실업 및 퇴직 등으로 인한 생활자금의 미래 수요충족, 각종 자산의 소유 사용관리로 인한 배상책임 위험의 담보 등의 기능을 수행하면서 우리 국민의 경제생활의 안정과 국가의 경제발전에 상당한 기여를 하고 있다.<sup>1)</sup>

한편 보험회사들이 지난 2018년 한 해 동안에 거둬들인 수입보험료 규모는 약 200조원에 이르고 있다. 이러한 보험료의 수익은 보험계약이라는 법적 매개수단을 통하여 달성되고 있다. 보험계약의 체결은 보험계약자와 보험자 사이에서 직접 체결되는 경우도 있지만 대개 다양한 형태의 수 많은 보험모집종사자들의 모집활동에 의존하고 있다.<sup>2)</sup>

보험모집종사자들은 모집활동 과정에서 보험모집종사자는 모집광고 및 안내, 보험상품에 대한 설명, 보험계약의 청약 접수 및 고지의무 수령, 보험료의 수령 등의 보험계약자에게 중대한 영향을 미치는 중요한 기능을 수행한다.

1) 정찬형, 「상법강의(하)」 제18판, 박영사, 2016. 498면; 한기정, 「보험법」 제2판, 박영사, 2018. 37면; 장덕조, 「보험법」 제2판, 법문사, 2015. 19면; 박세민, 「보험법」 제4판, 박영사, 2017. 9~10면.

2) 이성남, 「보험모집규제론」, 마인드 탭, 2017. 9면; 한기정, 「보험법」, 박영사, 2019. 346면.

그런데 이러한 모집활동이 적법하게 수행되지 못하여 종종 문제가 발생한다. 보험모집종사자의 모집활동의 하지는 불완전 판매로 이어져 보험금 분쟁이나 소송의 대상이 되기도 하고, 보험자에게 예기치 않은 손실을 부담하는 위험으로 작용하기도 한다.

보험계약이 보험소비자의 수요에 따라 적합한 보험상품으로 체결되고, 우연한 불의의 보험사고를 당하거나 보험기간이 무사히 종료된 경우 보험계약자 등에게 보험금이 당초의 약속에 따라 신속하고 적정하게 지급이 되어야 보험자에게 부여된 계약상의 의무와 사회적 역할을 제대로 수행한 것으로 평가받을 수 있다.

그런데 자살보험금, 즉시연금, 암입원보험금 사건 등 대형 분쟁사건이 지속적으로 발생하고 있으며 사회적 문제로까지 확대되고 있는 실정이다. 또한 최근에는 은행의 해외금리 연계 파생결합펀드(DLF) 판매와 관련하여 불완전판매가 사회적 문제로 대두되고 있다.

DLF사건에 관한 금융감독원의 중간검사 발표에 의하면 은행의 불완전판매 의심 사례가 5건 중 1건에 달하는 것으로 나타났고, 고객이 영업점에 방문하지 않았는데도 고객 신분증 사본을 이용해 펀드를 개설하고, 투자자 성향을 임의로 조작한 위법 사례도 있는 것으로 들어났다. 이러한 이유 등으로 오늘날 금융산업의 발전에 따라 보험상품을 비롯한 금융상품의 판매와 관련하여 금융소비자를 어떻게 보호할 것인가가 중요한 과제가 되고 있다.

보험상품의 불완전판매가 초래하는 문제는 (i) 보험상품의 불완전판매는 소비자에 대한 보장을 축소·약화·무효화하여 손실야기, (ii) 보험업에 대한 신뢰 추락, 보험에 대한 혐오 현상 확산, (iii) 보험회사의 재무건전성 악화 초래 등 여러 문제점을 양산한다.

이에 따라 이 글에서는 보험상품의 불완전 판매의 현황을 살펴보고 그것을 방지하기 위한 제도적 개선과제를 도출하는 것을 목적으로 한다. 연구의 목적을 효과적으로 달성하기 위해서는 우선 보험상품의 제조 및 거래상의 특성과 불완전 판매와의 관계를 살펴본다. 나아가 불완전 판매의 개념을 정의하고, 불완전 판매의 발생현황과 문제점을 살펴본 후 보험상품의 불완전판매 방지를 위한 법적 과제가 무엇인지 논의하고자 한다.

## II. 보험상품의 제조 및 거래상의 특성

### 1. 보험상품의 제조 및 소비상의 특징

불완전판매의 단초는 보험상품의 제조 단계에서부터 만들어진다. 보험상품의 제조상의 특성을 살펴보면 보험상품은 (i) 보험계약자와 보험자의 합의에 의하여 작성되는 것이 아니라 보험자에 의하여 일방적으로 작성된다. (ii) 보험상품은 그 내용이 추상적이고 어려운 법률용어가 다수 포함되어 있고, 보험요율의 계산 등에서 위험 및 이를 고려한 확률적 계산방식이 동원되는 등 수리적 기술적 특성을 갖고 있어 그 내용의 이해가 쉽지 않다. (iii) 보험소비자에 의한 보험상품의 사전적인 질적 평가가 곤란하다는 특성을 가지고 있다. 또한 보험가격의 사후 결정성, 위험사실과 위험을 규정화하는 과정에서 정확한 포섭을 하지 못할 가능성도 상존한다.<sup>3)</sup> 한편 보험을 구매하는 과정을 보면 고전적 전통적 모델에 의하면 계약은 대등한 당사자 사이에서 자유롭게 협상되는 것이 보통임에도 보험계약의 경우는 이와 다른 모습으로 체결된다.<sup>4)</sup>

보험자는 보험약관을 작성함에 있어 능력 있고 고도의 법적 지식을 갖춘 자의 도움을 받아 작성하는 것이 보통이고, 보험자의 임·직원은 보험자의 이익을 보호하고 이해하기 충분한 자격을 갖추고 있다. 그러나 보험계약자는 보험가입에 있어서 이미 정해진 보험약관의 내용을 그대로 수용하거나 수용하지 않을 선택권 (take it or leave it)만을 가지며 사실상 보험약관의 승인을 강요받는 약자의 지위에 있다.<sup>5)</sup>

### 2. 보험거래 시장의 특성

불완전판매를 야기하는 보험거래 시장의 특성은 다음과 같은 점이 거론될 수 있다. 즉 (i) 보험상품의 일방적 작성 등으로 인하여 상품에 내재하고 있는

3) 이성남, 위의 책, 366면.

4) Robert H. Jerry, II/Douglas R. Richmond, *Understanding Insurance Law*, fourth edition, LexisNexis, 2007, p. 159.

5) Robert H. Jerry, II/Douglas R. Richmond, *Understanding Insurance Law*, fourth edition, LexisNexis, 2007, p. 159.

정보는 보험자에게 절대적으로 편재되어 있다. 이러한 이유로 보험시장은 중고차 시장과 더불어 정보의 비대칭이 존재하는 대표적인 시장에 속한다. (ii) 보험상품 구입 시 보험소비자에 의한 질적 평가 곤란 등으로 자율적 통제가 곤란하다. (iii) 보험은 보험가입이 강제되어 있는 특정 상품을 제외하고 대개 자발적 수요가 적다. 따라서 보험상품의 판매를 위해서는 보험자의 적극적 판매 활동이 요청된다는 것이다.

### 3. 보험상품의 전달 체계의 특성

(i) 보험계약의 성립에는 다수·다양한 중간 매개상이 존재한다. (ii) 보험자의 매출은 모집종사자에 상당정도 의존하고 있고, 이러한 이유로 판매조직에 대하여 다양한 인센티브 경쟁이 발생하며, 판매위험의 전가 가능성이 상존하다. 또한 보험종사자의 보험회사에 대한 판매책임의 전가 가능성이 존재한다. (iii) 보험모집 종사자는 보험상품의 거래실적과 연동되어 보수를 받으므로 판매실적을 올리는 것이 최대의 목표이고, 이러한 목표를 효과적으로 달성하기 위하여 보험상품에 대한 과장, 왜곡설명 유혹에 쉽게 현혹될 수 있다.

### 4. 보험상품의 제조 및 보험계약 체결 과정의 감독 문제

보험규제 역사에서 보험상품제조 및 판매에 대한 규제는 지속적 완화되는 길을 걸어왔다. 최근 보험업법 개정으로(2011.1.24.시행) 보험상품에 대한 심사규제가 전면 개편되어 사전 감독원칙(positive 방식)에서 사후 감독원칙(negative 방식)으로 변경되었다. 그동안 보험상품은 사전 신고 원칙 및 제출제도로 운용되어 왔는데 이제부터는 자율판매 원칙 및 예외적 사전 신고제도로 보험상품의 규제체계가 개편되었다(보험업법 제127조). 보험상품에 대한 감독상의 문제는 다음과 같은 것들이 제기된다. 첫째 보험상품의 하자를 사전에 발견하기가 쉽지 않다는 점, 둘째, 민원의 발생 등 사후적으로 보험상품의 하자가 발견되는 특징을 가지고 있다는 점, 셋째, 다수의 보험모집종사자가 수행하는 모집활동에 대해 실효적 검사 및 감독이 곤란하다는 점이다.

### III. 보험상품의 불완전 판매 개념 및 발생 현황

#### 1. 불완전판매의 개념정의

보험상품의 불완전판매가 무엇인지에 관하여 특별히 정의하고 있는 규정은 없다. 따라서 다양한 학문적 관점에서 그 개념정의를 할 수 있다. 몇 가지 견해를 살펴보면 다음과 같다. (i) 불완전판매(mis-selling 또는 incomplete contract)라고 함은 금융상품 및 서비스 구매를 권유하는 판매자가 구매자인 고객에게 필요하고 중요한 정보를 제공하지 않으면서 구매나 투자권유를 하여 판매하는 등 정당한 사유 없이 고객의 이익을 해하면서 자기의 수수료나 이익 등을 추구하는 행위를 총칭하는 개념으로서 민법 제2조의 신의성실의 원칙에 반하는 행위이다.<sup>6)</sup>

(ii) 불완전판매란 금융회사가 소비자에게 적합하지 않은 상품을 판매함으로써 소비자에게 공정하지 못한 결과를 초래하는 경우이다.<sup>7)</sup>

(iii) 금융회사의 관점에서 불공정거래를 “금융회사가 정보, 교섭력, 판단능력 등의 격차를 이용하여 사적 이득거래를 취함으로써 소비자나 이해관계자에게 손실을 초래하는 거래”를 의미한다.<sup>8)</sup>

(iv) 보험상품의 판매 및 계약체결과정에서 하자가 발생하여 소비자에게 피해를 주는 법적으로 하자 있는 계약이나 법규상의 저촉여부를 중심으로 계약체결 과정에서 정보의 미제공 또는 부실제공으로 인하여 분쟁이 발생하는 계약을 불완전판매라고 정의한다.<sup>9)</sup>

생각건대 불완전판매란 보험상품의 판매를 권유하거나 보험계약을 체결하는 과정에서 고객에게 불필요한 보험상품을 권유하거나 판매한 경우, 모집과정에서 각종의 법규상의 의무에 반하여 보험계약자의 이익에 반하여 판매하는 행위를 의미하는 것으로 보는 것이 타당하다.<sup>10)</sup>

6) 김종호, “보험상품의 불완전판매에 대한 법적 규제방안”, 『법학연구』 제23권 제1호, 충남대학교 법학연구소, 2012. 6, 117면.

7) 정세창·안철경, “소비자보호를 위한 보험상품 불완전판매 감소 정책”, 『보험금융연구』 제29권 제3호, 2018, 8, 106면.

8) 이호택, “보험사의 윤리경영과 보험 상품속성이 텔레마케팅 보험판매인의 불완전판매에 미치는 영향”, 『유통연구』 제19권 제1호, 한국유통학회, 129~156면.

9) 정세창·안철경, “소비자보호를 위한 보험상품 불완전판매 감소 정책”, 『보험금융연구』 제29권 제3호, 2018, 8, 107면.

그러나 이 글에서는 논의를 전개하기 위하여 불완전판매를 보험상품의 제조과정부터 시작하여 보험계약의 체결하기까지의 과정에서 일어나는 법령상, 신의칙상의 의무 위반에 의하여 판매하는 것을 말하는 것으로 보고자 한다. 이러한 관점에서 보면 불완전판매는 (i) 하자 있는 상품 제조 (ii) 보험계약자에 대한 약관, 청약서 부분 및 보험증권 미교부, (iii) 약관의 중요한 사항을 설명하지 않거나 잘못 설명, (iv) 각종 광고 및 안내자료에 의한 오인 유도, (v) 보험계약자의 자필서명 받지 않은 경우를 포함할 수 있다.

## 2. 불완전판매 발생 현황

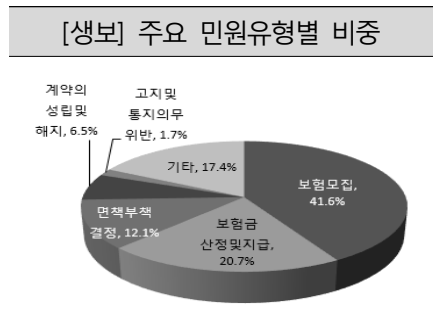
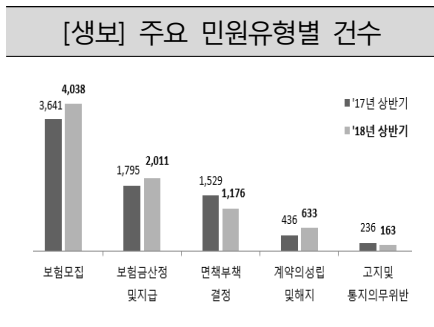
금융업에서 주요한 불완전판매 사건은 2008년 은행에서 판매한 키코사건<sup>11)</sup> 통화옵션계약을 체결하면서 설명의무와 적합성 원칙을 준수하였는지 여부가 문제된 사건이다. 이러한 키코 사건은 지금도 여전히 문제가 되고 있는 것으로 보도되고 있다.<sup>12)</sup> 2011년도에는 저축은행의 후순위채권 불완전판매사건, 2013년도 동양증권의 관련 계열회사의 회사채 불완전판매 사건이 발생하였다. 보험업에서는 자살보험사건, 즉시연금보험, 암보험사건 등이 줄줄이 발생하고 있다. 최근 또 하나의 금융상품 불완전 판매로 부각되고 있는 사건은 우리·하나 은행 등이 판매한 獨, 英, 美 주요 해외금리 연계 DLF 상품의 불완전판매 사건이다. 이 사건은 현재 감독당국에서 조사 중이므로 구체적인 사실관계와 문제점은 추후에 밝혀질 것으로 예상되지만 이 사건도 금융회사의 설명의무 위반 등이 쟁점이 되고 있다. 금융감독당국의 중간검사 결과에 의하면 은행들이 수수료 수익을 높이는 데만 급급해 정작 고객자산 리스크 관리에는 소홀했다는 지적이 제기 되고 있다.<sup>13)</sup>

10) 이상남, “보험업법상 모집행위의 규제에 관한 연구”, 박사학위논문, 고려대학교 대학원, 2012. 12, 185면 이하 참조

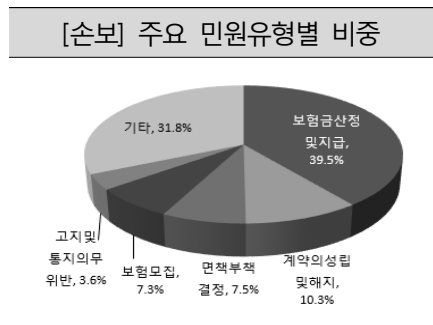
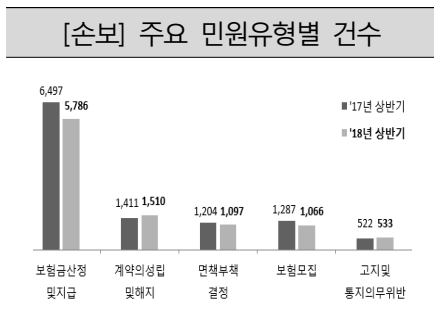
11) 녹인 녹아웃(Knock-In, Knock-Out)의 영문 첫글자에서 따온 말로서 환율변동에 따른 위험을 피하기 위한 환헤지 상품이다. 약정환율과 변동의 상한(Knock-In) 및 하한(Knock-Out)을 정해놓고 환율이 일정한 구간 안에서 변동한다면 약정환율을 적용받는 대신, 하한 이하로 떨어지면 계약을 무효로 하고, 상한 이상으로 올라가면 약정액의 1~2배를 오른 환율(시장가)로 매입하여 은행에 약정환율로 매도하는 방식이다.

12) 2019.4.16일 관련 업계에 따르면 금감원은 내달 원글로벌미디어·재영솔루텍·일성하이테크·남화통상 등 키코 4개 중기 제조사를 분쟁조정위에 상정할 것으로 알려졌다. 당초 키코 공동대책위원회는 키코를 사기사건으로 규정하고 100% 보상을 요구했지만, 제도상 금감원이 불완전판매로 규명할 밖에 없다는 현실을 최근 수용기로 했다. 금감원은 사기문제는 권한 밖이어서 경찰이나 검찰 수사를 거쳐 법원 판결로 접근해야 한다는 입장이다. 파이낸셜뉴스 : 2019.4.16. 17:39 수정 : 2019.4.16. 17:39).

금융감독원이 발표한 2018년 상반기 민원동향 및 주요민원 동향에 의하면 생명보험이 9,713건으로 전년동기 대비 3.4%(+322건) 증가한 것으로 나타나고 있고, 이는 종신보험 불완전판매(1,874건), 요양병원 입원치료 관련 암보험금 지급요청(1,013건) 민원 발생 등에 주로 기인한다. 민원유형은 ‘보험모집’(41.6%), ‘보험금 산정·지급’(20.7%), ‘면책책결장’(12.1%) 順으로 나타나고 있다.



손해보험은 14,648건으로 전년동기 대비 2.1%(+304건) 증가하였고, 이는 보험약관 미전달 등 ‘계약의 성립·해지’, ‘고지·통지의무 위반’ 유형의 민원이 소폭 증가한데 기인한다. 민원유형은 ‘보험금 산정·지급’(39.5%), ‘계약의 성립·해지’(10.3%), ‘면책책결장’(7.5%), ‘보험모집’(7.3%) 順이다.



13) 금융감독원 보도자료, 주요 해외금리 연계 DLF 관련 중간 검사결과(2019.10.1.)  
[http://www.fss.or.kr/fss/kr/promo/bodobbs\\_list.jsp](http://www.fss.or.kr/fss/kr/promo/bodobbs_list.jsp)

### 3. 보험판매채널별 보험상품 불완전 판매 현황

보험시장의 불완전 판매는 전반적으로 감소하는 추세이다. 그러나 법인보험대리점의 불완전 판매비율은 다른 채널에 비해 상대적으로 높게 나타나고 있다. 그동안 법인보험대리점은 전전한 성장보다는 대형화에 집중한 나머지 새로운 마케팅 기법의 개발 등 질적 성장에는 관심을 기울이지 않고 모집수수료 협상에서 유리한 고지를 점유하는 방안을 찾는 데 골몰하고 있는 결과로 볼 수 있다. 이러한 보험대리점의 대형화는 과도한 선지급 요구 등 보험판매상의 지위 남용 행위로 이어질 수 있는 문제점을 안고 있다.

<보험 판매채널별 불완전판매율 추이>

(단위 : %)

구 분	설계사	개 인 대리점	방 카 슈랑스	법인대리점			
				TM	홈쇼핑	기타	소 계
2015년	0.31	0.12	0.09	0.80	0.78	0.44	0.55
2016년	0.26	0.09	0.08	0.48	0.45	0.38	0.40
2017년	0.21	0.06	0.05	0.33	0.33	0.30	0.31

<보험협회자료, 2019.2>

### 4. 정책적 시사점

보험을 구입하는 동기와 이유는 각기 다르다. 생명보험을 구입한 이유는 투자, 보장, 절세 등 다양한 이유가 있을 수 있다. 그러나 현실에서는 보험을 수요자의 구입동기와 의사를 무시하고 보험회사 및 판매자의 이익추구 동기가 강하게 작용한 측면이 강하다. 불완전판매의 주요 유형으로 면책 사유의 불설명, 과대선전 및 광고, 설명의무 불이행 또는 부실이행, 보험청약서 등 각종 서류에 임의적 기재 등이 있다.

고객입장에서는 익숙하지 않은 상품을 구입할 때 종종 보험모집종사자가 제공하는 정보 및 조건에 의존하게 되어 불완전판매의 위험에 노출된다. 이러한 문제는 특히 기술적으로 복잡한 상품 즉 전자제품, 자동차수리, 의료서비스, 증권, 연금, 보험, 저당 등을 포함한 소매금융상품 시장에서 심각하다. 이러한 시장의 중요한 특징은 판매자가 직접 판매보다는 대리인을 통하여 고객과 거래하는 것을

선택하고 있다는 점이다. 가령 모집종사자는 고객의 특수한 환경과 욕구에 관하여 물어본 후에 특별한 보험상품의 구매를 추천하게 되는데 이 때 모집종사자의 권한 남용의 가능성은 시장규제의 근거를 제공한다. 보험상품의 불완전판매의 원인을 열거하여 보면 우선 보험시장의 불완전 경쟁, 보험상품의 특성, 정보의 비대칭성이 존재하기 때문이다. 보험상품 불완전판매의 또 다른 원인으로는 온라인 판매경로의 확산 및 방카슈랑스제도의 도입과 확산도 주요한 이유 중의 하나로 꼽을 수 있다.

따라서 불완전판매를 방지하기 위해서는 하자 없는 좋은 보험상품의 출시, 설명의무의 철저한 이행으로 소비자가 원하는 상품 제공을 제공하여야 한다. 이 때 무엇보다 중요한 것은 보험대리점 등 보험모집종사자의 부당한 이익 동기 형성을 제거하고, 시장규율의 책임성을 제고하는 것이다. 특히 최근 은행의 DLF 사태에서도 알 수 있듯이 DLF 설계·제조·판매 전 과정에서 금융회사들이 투자자 보호보다는 자신의 이익을 중시한 점이 문제의 하나로 지적되고 있다. 또한 DLF를 판매한 은행의 내부 상품심의위원회가 제대로 작용하지 않는 등 은행의 고객 자산 관리체계에 문제가 있는 것으로 들어나고 있는 바, 이에 대한 적절한 대책이 요구되고 있다.<sup>14)</sup>

## IV. 보험상품의 불완전 판매 방지를 위한 법적 과제

### 1. 과제 도출을 위한 여건 분석

#### (1) 보험약관문언 작성의 한계

최근 자살보험, 즉시연금보험, 암보험 사건 등에서는 보험자의 보험약관의 작성의 잘못, 해당 보험약관 문언의 불명료성으로 인하여 해석상의 논란을 발생시키고 있다. 보험은 다른 금융상품과 달리 보험계약자의 보험료에 대한 반대급부로서 보험금은 보험사고나 보험금 지급사유의 발생을 전제로 하는데 어떤 특정

14) 금융감독원 보도자료, 주요 해외금리 연계 DLF 관련 중간 검사결과(2019.10.1.)

[http://www.fss.or.kr/fss/kr/promo/bodobbs\\_list.jsp](http://www.fss.or.kr/fss/kr/promo/bodobbs_list.jsp).

사고가 보험사고에 해당하는지 포섭하는 과정에서 보험약관의 문언이나 그 속에 포함된 개념의 불명확성이 분쟁을 유발하는 요인으로 작용한다. 이러한 약관 문언의 불명확성은 언어표현의 기술상의 한계에서 비롯된다. 이러한 문제는 보다 정지한 약관문언화 작업이 필요하며 상품제조 과정상의 내부통제의 강화가 요청된다.

## (2) 보험모집 환경의 변화

보험시장에는 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사, 금융기관보험대리점 등 다양한 형태의 보험모집종사자와 다수의 보험모집종사자 존재한다. 특히 과거 개인 대리점 및 전속대리점 형태가 독립 법인보험대리점으로 변화되면서 법인보험대리점의 규모가 급속하게 대형화되고 있다. 이러한 변화에 따라 법인보험대리점에 대한 규제 강화, 법규준수 의식 제고 등의 노력이 요청된다.

<소속설계사별 법인보험대리점 현황>

소속설계사수		‘15년말		‘16년말		‘17년말		‘18년말	
500명이상	3천명 이상	50개소	11개소	53개소	12개소	56개소	13개소	56개소	13개소
100명이상~500명미만		142개소		135개소		124개소		122개소	
100명 미만		4,396개소		4,342개소		4,302개소		4,439개소	
합 계		4,588개소		4,530개소		4,482개소		4,495개소	

※ (참고) 중소형사 전속설계사 : MG손보 약 1천명, 롯데손보 약 1천3백명, 흥국화재 약 2천명  
<보험협회 자료, 판매채널 건전성 제고를 위한 대형법인보험대리점 내실화 방안, 2019.2>

보험판매현황을 보면 금융기관보험대리점의 실적이 감소하고 있고, 보험대리점의 판매비중이 증가하고 있다. 또한 법인보험대리점의 소속 설계사수도 지속적으로 증가함에 따라 보험회사의 매출의 보험대리점 의존도가 증가하고 있다. 이러한 변화는 보험회사의 보험판매망에 의한 예측화 현상 및 이들간의 거래상의 불법행위의 소지를 증대시키고 있다. 보험모집종사자의 지위 지속적 상승은 보험회사와 관계에서는 대등한 거래의 당사자가 되었으며 특히 대형법인보험대리점의 경우 보험사에 대한 우월적 지위를 유지하는 경우도 발생하고 있다.

<보험모집 판매채널별 보험료 비중>

(단위: 억원, %)

구분	2015		2016		2017	
	보험료	비중	보험료	비중	보험료	비중
대리점	352,648	44.1	375,274	47.1	383,853	49.4
설계사	254,194	31.8	245,523	30.8	252,503	32.5
방카	185,439	23.2	168,364	21.1	131,513	16.9
중개사	6,686	0.9	8,159	1.0	9,921	1.2
합계	798,970	100.0	797,320	100.0	777,790	100.0

- 주. 1. 생명보험은 초회보험료, 손해보험은 원수보험료 기준, 단 보험회사 임직원 및 기타공통인수 등은 제외한 실적임  
 2. 위 표에서 대리점의 보험료는 보험회사 전속보험대리점은 포함하나 금융기관보험대리점은 제외한 실적임  
 3. 위 표에서 설계사는 보험회사 전속 설계사를 말하며 대리점 소속 설계사외는 구분됨  
 자료: 금융감독원(2018)

금융기관보험대리점(1,257개사)는 농업협동조합 1,134개사, 저축은행 79개사, 증권회사 20개사, 은행 16개사, 카드사 8개사로 구성되어 있다.

금융기관보험대리점 현황 ('18.6월말 현재)

(단위: 개사)

구분	농업협동조합*	저축은행	증권회사	은행	카드사	합계
대리점 수	1,134	79	20	16	8	1,257

\* 대부분 지역조합(지역농업협동조합, 지역축산업협동조합)에 해당

금융기관보험대리점의 판매는 주로 생명보험에 집중되어 있음을 알 수 있고, 금융기관에서의 보험상품 판매는 격기 등의 소비자 보호 문제와 금융상품과 혼동 등에 의한 적정한 보험판매의 문제에 대한 대책을 요구한다.

금융기관보험대리점 신계약보험료(초회) 현황

(단위: 억원, %)

구분	'17년 상반기	'18년 상반기	증감(B-A)	
			증	감
생명보험	42,420	26,767	△15,653	△36.9
손해보험	8,720	7,360	△1,360	△15.6
합계	51,140	34,127	△17,013	△33.3

<금융감독원 보도자료 : '18년 상반기 금융기관보험대리점 영업실적, 2018.9.12.>

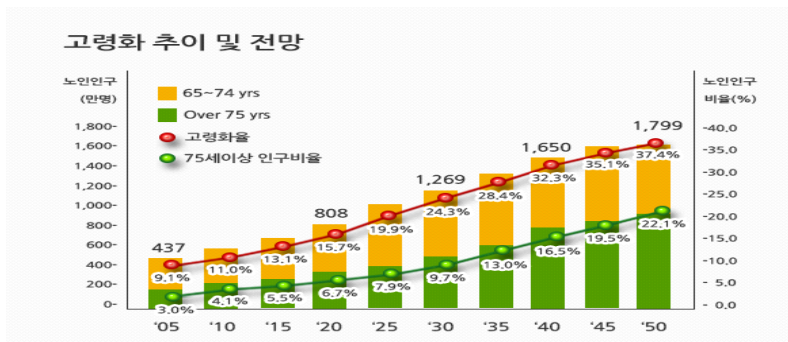
### (3) 보험판매 채널의 변화

보험상품의 판매형태가 대면 판매방식에서 홈쇼핑, 텔레마케팅, 인터넷을 통한 온라인판매, 모바일 기기를 이용한 판매 등 비대면 판매로 변화하고 있다. 나아가 무인 자동판매기에서 보험상품을 구입하는 것도 가능하다. 이러한 현상은 정보통신기술의 발전과 인슈테크의 발전에 따라 점진적으로 증가할 것으로 예상된다. 이러한 채널의 변화와 금융투자상품과 보험상품이 결합된 복합금융상품 등의 등장으로 보험상품의 정보의 비대칭성 가능성이 더욱 높아질 예정이다.

### (4) 보험소비자의 고령화 증가

고령사회를 맞이하여 고령자 대상 치매보험, 저축성보험, 연금보험, 변액보험의 고령자에 의한 구입현상이 증가할 것으로 예상된다. 그러나 고령자는 생리적 및 신체적 기능 등이 점차 퇴화되어 정상적인 판단능력이 저하된다. 우리나라의 경우 국민의 노령화가 급속하게 진행되고 있으며 특히 농수산업의 인구의 고령화가 보다 급속하게 늘어나고 있다. 전체 인구 중 65세 이상 인구가 14%를 넘으면 고령사회, 20%를 넘으면 초고령 사회로 분류하고 있는데 우리나라의 경우, 2018년에 고령사회, 2026년에 초고령 사회에 진입할 것으로 예측된다.<sup>15)</sup>

이러한 고령화 사회진전으로 경제활동인구가 노령화되고 노령인구의 금융상품이나 보험상품의 구입 등 경제활동의 비중이 높아질 수 있다. 이러한 경우에 대비하여 노령인구에 대한 경제생활의 안전장치 보장이 시급하게 필요한 실정이다.



<자료 : 대통령직속 저출산 고령사회위원회 자료>

15) 김현주, 고령화시대 노인정책의 방향, 대통령직속 저출산고령사회위원회, 2016. 10. 4.

### (5) 불완전판매의 발생원인

보험상품의 판매 CYCLE은 (i)보험상품의 제조에서 시작하여, (ii) 보험상품의 광고, (iii) 보험상품의 안내 및 판매 권유, (iv) 보험약관 및 정보제공, (v) 보험약관 설명, (vi) 보험계약의 청약, (vii) 보험계약의 승낙, (viii) 보험사고 발생, (ix) 보험금 지급, (x) 보험계약종료에 의하여 끝나게 된다. 이러한 보험상품판매의 CYCLE에 맞추어 불완전판매 방지 규제제도는 (i) 보험상품 작성에 있어서 기초서류 규제, (ii) 보험광고규제, (iii) 보험안내자료 규제, (iv) 보험상품 정보제공(보험약관 및 청약서 부분), (v) 보험상품 설명의무, (vi) 보험계약 청약서 자필서명, (vii) 보험증권 교부제도로 구축되어 있다. 보험상품의 불완전 판매를 유발하는 원인은 인적·제도적 요소에서 찾아 수 있다. 즉 보험회사와 보험모집중사자, 보험소비자 등의 사추구 동기에서 원인을 찾을 수 있고, 보험상품 정보에 대한 비대칭 정보 편재, 설명의 하자 가능성이 상존한다는 점이다.

### (6) 소결

불완전판매를 억제하고 완전판매를 촉진 하기 위해서는 보험소비자 선호 보험상품 개발을 유도하고, 보험광고, 보험모집안내자료, 상품설명서 등의 내용의 정확성과 전달의 적확성을 담보하여야 한다. 또한 보험소비자의 상품 가입 의향을 철저하게 파악할 필요가 있다. 모집중사자가 소비자에게 좋은 상품을 추천하고 판매가 이루어지도록 하여야 하며, 보험계약 체결 시 보험계약의 중요사항에 대한 충실하고 확실한 정보의 전달 및 설명이행이 확보되어야 한다. 보험은 모집중사자의 모집활동에 의하여 체결되므로 판매자의 전문성 강화가 무엇보다 중요하다. 판매자의 전문성 강화를 위해서는 모집중사자에 대한 교육제도 개편이 필요하고, 이러한 목표는 산학협력 체제를 이용하여 도달이 가능하다. 보험을 구매하는 소비자의 교육을 강화하고 소비자에 의한 소비자 주도의 시장규율이 될 수 있는 환경조성이 필요하다. 설명의무제도에서 핵심설명서 제도 신설 등을 통한 소비자에 대한 설명이행을 확실히 담보하고 불필요한 설명사항을 가급적 줄여나가야 한다. 적합성 원칙 위반에 대한 효과 규정이 신설되어야 하고, 설명의무 범위를 중요 핵심사항 위주로 조정하며, 정보의 전달 및 설명 방식에 대한 체계적

정비, 정보자료의 합리적 정비 통하여 꼭 필요한 사항에 대해서는 설명의무가 정확하게 이행되도록 제도화할 필요가 있다. 보험회사는 법인보험대리점 소속 보험설계사와 당해 보험대리점을 통한 간접적 관계만을 형성하고 있어 보험대리점 소속 보험설계사에 대한 실질적인 통제는 사실상 불가능 하다. 따라서 법인보험대리점 및 그 소속 보험설계사의 위법행위에 대해서는 당해 보험대리점에 직접 책임을 부가할 필요가 있다. 또한 보험소비자가 보험상품의 중요한 내용을 이해한 후에 계약체결에 임한다는 것은 거의 불가능하다. 이러한 정보 불균형 상황에서 소비자는 보험상품과 약관 내용에 대해 보험자로부터의 설명 또는 정보제공에 전적으로 의존하게 되므로 보험회사 측의 정보제공의무 또는 설명의무가 무엇보다 중요하다.

보험약관의 작성에서 있어서 면책사유를 규정한 사항은 볼드체로 하여 강조하는 문자로 표시하고, 민원 및 분쟁 유발사항 및 소비자 유의사항은 필수 설명사항에 포함하여 설명되도록 한다. 건전한 시장 조성을 위해서는 수수료 규제를 강화할 필요, 신계약비 이연기간 축소, 수수료 총량 규제, 지급방식의 규제 등을 도입할 필요가 있다. 특히 법인보험대리점의 증가로 인하여 이들에 대한 통제가 불완전 판매를 방지하는 중요한 핵심 KEY가 되고 있고, 최근에 도입된 금융기관 보험대리점은 생명보험상품의 판매비중이 높으므로 이들에 대한 책임성 및 전문성 확보가 무엇보다도 중요하므로 이에 대한 검토가 필요하다.

<모집조직별 소속 보험설계사 수 추이>

(단위 : 명)

구분	'14말	'15말	'16말	'17말	'18.6월말
보험사	209,226	202,989	196,796	188,956	184,672
대리점	189,288	204,282	213,991	223,168	224,969
중개사	769	831	838	926	953
합계	399,283	408,102	411,625	413,050	410,594

<금융감독원 보도자료 : 보험설계사·GA 관련 정보, 이제 투명하게 보여드립니다. 2018.10.5.>

보험회사 및 보험모집종사자의 과도한 이기심을 제거하고, 소비자의 금융지식 내지 보험지식을 강화하고 설명의무를 확실하게 담보하는 방향의 제도 개선이

필요하다. 이하에서는 불완전판매의 방지를 위한 모든 법적 과제를 검토하는 것은 지면관계상 무리가 있으므로 인적요소로서 최근 중요채널로 부상하고 있는 법인보험대리점의 문제와 불완전판매를 방지하기 위한 핵심제도인 설명의무, 불완전판매의 유인을 제공하는 수수료 제도 등 몇 가지에 대해서 의견을 제시하고자 한다.

## 2. 법인보험대리점의 조직의 적정화를 통한 책임경영 강화

### (1) 현황 및 문제점

법인보험대리점은 다수의 보험회사와 보험모집에 관한 위탁계약을 체결하고 다수의 보험상품을 취급하고 있으며 이러한 장점을 충분히 이용하여 다수의 보험설계사를 확보하여 보험영업의 중요채널로 부상하였다. 그러나 이러한 법인보험대리점의 규모의 증가는 건전한 보험거래 질서와 보험소비자의 보호에 그리 도움이 되지 못하고 있다. 그 이유는 법인보험대리점의 대형화는 자본의 축적에 의한 새로운 영업 마케팅이나 판매기법의 기술을 개발하거나 새로운 투자를 위한 목적에서가 아니라 외형적 규모를 크게 키워 보험회사와의 수수료 협상에서 유리한 고지를 점령하고자 하는 목적이 주요하게 작용한 결과로 보인다. 이러한 사실은 법인보험대리점의 불완전판매비율이 다른 채널에 비해 높게 나타나는 점에서도 쉽게 알 수 있다. 우리나라 보험대리점은 개인대리점 위주의 소규모 대리점의 형태로 출발하였으나 보험대리점간의 단순한 연합체 내지 제휴형태로 그 규모가 비대화되었다. 이러한 형태의 법인보험대리점 비대화는 건강한 성장이 아닌 나쁜 음식에 의한 병적 비대화이므로 이에 대한 수술이 필요한 실정이다.

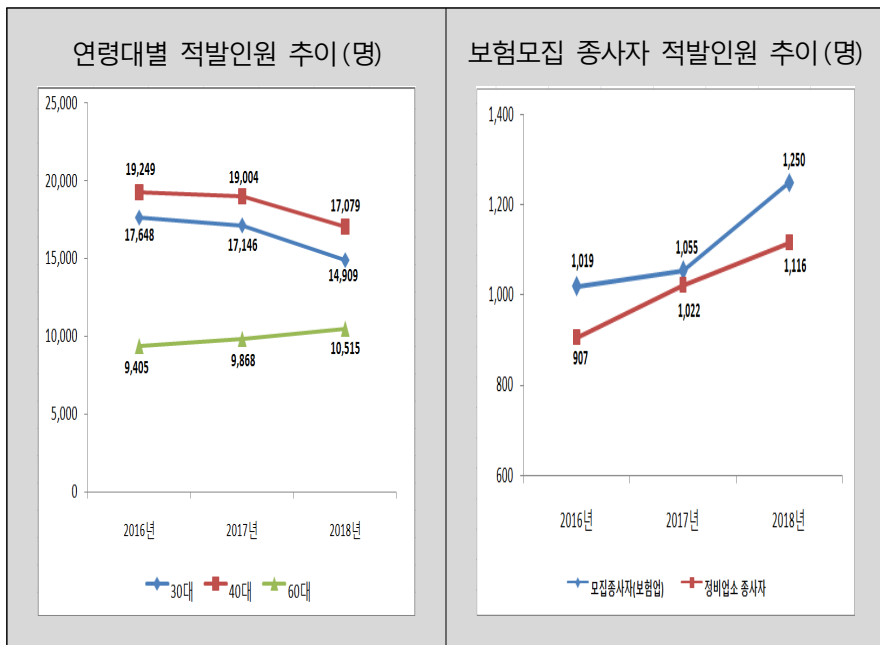
법인보험대리점의 법적 형태 및 조직의 취약성은 조직의 통일적 규율과 모집 조직에 대한 효과적인 통제가 불가능 하게 하고 의사결정 구조가 복잡하여 그 책임 규명이 곤란하게 한다. 또한 하위 조직간 갈등의 이를 해결하지 못하고 파산에 이르게 될 소지도 않고 있다.

법인보험대리점은 보험회사로부터 높은 수수료를 지급받기 위해 보험계약을 매집하는 과정에서 계약자 명의를 도용한 허위계약, 다른 보험설계사 명의를 이용한 경유계약, 보험료 대납 등의 불건전 영업행위를 지속하게 하는 매개체가

되기도 한다. 특히 보험대리점의 본점의 통제기능이 취약하고, 소속 설계사에 대한 관리체계나 인력이 부족하여 내부통제가 취약하며 보험설계사에 대한 부실한 관리·감독, 교육체계와 더불어, 수수료 실적 위주의 영업관행은 부실판매를 필연적으로 야기한다.

또한 법인대리점 소속 보험모집종사의 사기개입 행위 다수 발생하고 있다. 보험계약자 명의를 도용한 허위계약이나 다른 보험설계사 명의를 이용한 경유계약 등 불법모집행위 뿐만 아니라, 보험사기 개입 행위가 증가하고 있다.

<연령대 및 보험모집 종사자 적발인원 추이>



<자료 : 금융감독원 보도자료 2019. 4. 24.(수) 조간>

(2) 제도개선과제

우리나라의 보험대리의 형태는 개인, 비법인 단체, 법인 등의 다양한 법적 형태가 가능하다(보험업법 제2조 제10호). 그러나 실무상 개인보험대리점과 법인대리점으로 구별하여 운용되고 있다. 법인보험대리점의 형태를 현재와 같은 느슨한

결합체 내지 연합체 형태의 정상화하기 위하여 주식회사나 합명회사, 또는 합자회사 등 여러 회사 형태 중 보험대리점의 법적 지위와 영업형태를 고려하여 어느 쪽의 법적 형태가 적합한지 여부를 결정 한 후 완전한 회사 형태로 운영될 수 있도록 하는 것이 바람직하다고 생각한다.

보험대리점이 현재와 같이 기형적으로 크게 성장하는 것이 바람직한 것인지 여부도 검토할 필요가 있다. 보험유통업체의 규모의 성장은 또 다른 시장의 문제를 야기하므로 정책당국의 이에 대한 연구 검토도 필요할 것이다. 특히 자격자를 고용하는 형태의 사업체는 가급적 자격사가 그 업체의 사원으로 참여하는 회사 형태가 바람직하다고 생각한다. 개인적인 생각으로는 조합형태나 합명회사 형태로 중소 규모를 넘지 않는 유통조직이 합리적인 형태가 아닌가 싶다. 또한 최근 인터넷 홈페이지나 앱을 통한 모집행위가 이루어지고 있는 바, 이에 대한 대책으로 사이버 보험대리점에 대한 대책을 강구할 필요가 있으며 이에 대한 규제방향도 설정할 필요가 있어 보인다. 무엇보다도 운영상의 책임강화를 위하여 업무보고서를 주기적으로 제출하여 사후관리를 강화할 필요가 있다.

### 3. 대형법인대리점 등의 자본금 요건 및 유지 요건 신설

#### (1) 현황 및 문제점

현행 보험업법상 법인보험대리점에 대해서는 개인대리점 수준의 등록요건 외에 별도의 법인설립 및 유지요건은 없고, 상법에서도 종래 회사 설립 시 최소 자본금(5천만원) 기준을 폐지하여, 사실상 법인보험대리점에 대한 자본금 규제는 없는 상황이다. 자본금은 영업을 개시하는 상인의 사업자금으로 이는 당해 법인의 대외 거래에 관한 채무를 담보할 뿐만 아니라 타인에 대해 가한 불법행위 등에 대한 책임준비금으로서 기능도 한다. 그런데 현재 법인보험대리점의 자기자본은 매우 취약한 구조를 보이고 있다. 이러한 자본구조의 취약으로 인하여 건전한 보험거래 질서에 장애가 되고 있으며 자신이 부담하여야 할 리스크를 보험자 내지 보험소비자나 소속 보험설계사로 전가가 이루어지고 있고 이로 인한 법인보험대리점의 질적 성장에도 한계가 되고 있다. 또한 보험대리점에 영업보증금예탁제도를 통하여 소비자 보호장치가 마련되어 있으나 보험대리점의 안정적 운용과

기업의 계속적 운영으로 시장의 질서와 보험소비자를 보호하기 위해서는 보다 강화된 자본형성이 필수적으로 요청된다.

<주요 대형GA 자본금 현황>

(단위 : 백명, 억원, %)

대리점명	설계사	매출액	부채(a)	자본(b)	
				자본액	자본비율주2)
지에이코리아	146	5,306	198.4	164.5	45.3
글로벌금융판매	137	3,718	92.6	85.7	48.1
프라이에셋	104	2,116	417.1	190.6	31.4
인카금융서비스	94	1,681	490.1	154.8	24.0
메가	83	2,559	57.8	67.6	53.9
케이지에이에셋	83	2,348	23.2	37.6	61.8
리더스금융판매	80	2,261	319.5	59.9	15.8
엠금융서비스	66	1,250	103.3	88.1	46.0
한국보험금융	49	1,669	56.8	4.7	7.6
에이플러스에셋	41	1,963	350.5	561.5	61.6

주1) 2018년도 법인대리점 공시자료를 준용함

주2)  $b/(a+b) \times 100$

(2) 제도개선과제

법인보험대리점의 규모 가령 위축 보험설계사의 수와 매출액 등을 고려하여 차등화된 자본금 요건을 신설할 필요가 있다. 자본금 요건 규제는 자칫하면 시장의 진입규제로 작동되어 공정경쟁을 저해할 우려가 있으므로 초기에는 낮은 자본금 규모로 진입이 가능하도록 하되, 소속 보험설계사 및 계약 실적이 늘어남에 따라 자본금이 비례적으로 증가할 수 있도록 하는 것이 타당하며 이러한 자본금 요건을 충족하지 못한 상태에서는 보험설계사를 더 이상 늘리지 못하도록 하여야 한다. 또한 불완전 판매비용 등을 고려하고, 리스크 총량을 측정하여 이에 따른 추가 자본금 요건을 신설함으로써 법규 준법의식을 담보할 필요가 있다. 현재 법인보험대리점의 자본금 요건이 없으므로 대리점 규모에 비례한 필수 자본금 규제를 두어 보험대리점 운영의 안정성과 소비자에 대한 배상자력을 제고할 필요가 있다.

## 4. 보험소비자에 대한 설명의무 강화

### (1) 현황 및 문제점

보험업법은 일반보험계약자에게 보험계약 체결을 권유하는 경우 보험료, 보장 범위, 보험금 지급제한 사유 등 대통령령으로 정하는 보험계약의 중요 사항을 일반보험계약자가 이해할 수 있도록 설명하여야 할 의무를 부과하고 있다(보험업법 제 95조의2 제1항).

아울러 이와 같이 설명한 내용을 상대방이 이해하였음을 서명, 기명날인, 녹취 등의 방법으로 확인할 의무도 부과하고 있다(보험업법 제95조의2 제2항).

그 밖에 보험계약의 체결 시부터 보험금 지급 시까지의 주요 과정, 보험금 지급을 요청한 경우에는 보험금의 지급절차 및 지급내역 등을 설명하도록 규정하고(보험업법 제95조의2 제3항 및 제4항), 보험회사의 소속 임직원 또는 소속 보험설계사가 설명의무 규정을 위반한 경우 해당 보험계약의 수입보험료의 100분의 50 이하의 범위에서 과징금을 부과할 수 있다. 보험계약법 및 약관의 규제에 관한 법률에서도 설명의무 규정, 다만 설명의무 위반의 효과를 달리하고 있을 뿐이다.

보험회사 등의 설명의무에 관하여 이처럼 많은 규제 장치를 두고 있으나 정작 실효적인 설명의무의 이행은 부실하게 이루어지고 있고 설명의무의 이행과 관련한 분쟁은 여전히 계속해서 제기되고 있는 실정이다. 이는 보험정보의 전달 및 설명의무제도 비체계적인 점에서 비롯된다. 즉 보험계약은 약관의 교부 및 설명 이전에 보험계약자의 보험수요가 무엇인지 확인하고 정보를 제공하며 중요정보에 대한 설명이 이루어진 후 보험계약이 체결되어야 하나, 보험계약법은 약관의 교부 및 설명의무만을 규정하고 있으며 보험업법은 설명의무, 적합성원칙 등을 규정하고 있어 산만한 규제체계를 보이고 있다.

또한 보험계약의 종류에 따른 핵심설명 사항을 규정하여 꼭 필요한 정보가 계약자에게 전달되어야 하나 설명내용이 방대하게 규정되어 실효적으로 설명의무를 이행하는데 한계를 노출하고 있다.

보험계약의 체결 시에 설명의무의 불이행은 보험계약 체결 이후, 보험금 청구, 보험금 심사 단계에서의 설명과는 근본적으로 다른 성격을 가지고 있다. 또한

설명방식이나 수단 등에서도 차이가 존재한다. 그런데 설명의무 위반에 대해 과징금을 부과하도록 규정, 과징금의 본질적 성질에도 어울리지 않은 제재조치를 규정한 것이다(보험업법 제196조).

설명 의무를 위반하여 보험계약이 체결된 경우 보험계약체결 후 3개월이 경과한 경우에도 설명되지 아니한 사항에 대해서는 계약의 내용으로 주장할 수 없게 되어 설명의무 위반의 효과는 보험계약의 종료 시까지 지속되어 보험계약관계의 불안을 초래한다. 따라서 제척기간이 경과한 후에는 계약의 내용으로 주장할 수 있도록 하되 불설명으로 인한 손해에 대해 손해배상책임을 추궁할 수 있도록 하는 것이 바람직 하다.

최근 문제가 되고 있는 금리연계 DLF 개인투자자의 연령대별 현황을 보면 60대 이상이 상당한 비중을 차지하고 있다. 우리나라의 경제 구조상 부를 소유하고 있는 연령 층이 50대 이상인 점에서 그렇고 앞으로도 고령자의 자산운용 행위는 점증할 것으로 보인다. 그러나 고령자는 생리적 신체적 정신적 기능이 퇴화되어 합리적 판단을 하는데 일정한 장애가 발생할 소지도 있다.

<금리연계 DLF 개인투자자 연령대별 현황>

구 분 (단위 : 명, 억원)	A은행		B은행		합계		
	투자자 수	투자금액	투자자 수	투자금액	투자자 수	투자금액	
50대 이하	20대	14	20	20	61	34	81
	30대	59	90	78	169	137	259
	40대	250	500	226	403	476	903
	50대	495	988	417	869	912	1,857
	소계	818	1,599	741	1,501	1,559	3,100
60대 이상	60대	400	808	419	909	819	1,717
	70대	180	347	266	843	446	1,190
	80대	53	145	136	398	189	543
	90대	2	2	6	12	8	14
	소계	635	1,302	827	2,162	1,462	3,464
총 계	1,453	2,901	1,568	3,663	3,021	6,564	

<출처 : 금융감독원 보도자료(주요 해외금리 연계 DLF 관련 중간 검사결과, 2019.10.2)>

또한 투자자 중 상당수는 투자경험이 없거나 초보적 수준의 경험자로 나타나고 있다. 금융행위와 보험행위는 무형의 상품을 거래 대상으로 하므로 상품을 제대로 이해하기가 곤란하며 상당한 금융보험지식과 경험을 필요로 한다. 이러한 점을 고려해 볼 때 고령자에 대한 금융행위와 보험행위에 대한 각별한 보호장치가 마련될 필요가 있다.

<투자자의 경험 현황>

구 분	무경험	1~5년	6~10년	11~20년	21~30년	31~50년	50년이상	합계
가입건수(건)	830	1,336	424	435	204	131	74	3,434
가입금액(억원)	1,431	2,749	883	804	352	223	122	6,564
비중(%)	21.8	41.9	13.4	12.2	5.4	3.4	1.9	100.0

<출처 : 금융감독원 보도자료(주요 해외금리 연계 DLF 관련 중간 검사결과, 2019.10.2)>

(2) 제도개선 과제

1) 설명의무 제도 체계적 개선

보험업법과 보험계약법의 설명의무제도를 체계적으로 개선할 필요가 있다. 보험가입 시에 설명절차를 (i) 고객의향 파악 절차, (ii) 정보제공 절차, (iii) 설명의무 이행, (iv) 최종 가입의사 확인 절차로 시행하되 설명 시기는 보험계약 체결전에 이루어지는 것을 원칙으로 하되 보험가입 이후에도 충분한 설명을 하고 특히 고액의 사업비가 부과되어 있는 보험상품에 대한 설명은 더욱 충분한 설명이 이루어질 필요가 있으므로 현장 대면 설명을 원칙으로 하여야 할 것이다.

또한 저축성 상품 및 변액보험상품, 불완전판매비율 높은 상품 등에 대해서는 고객에 대한 설명여부 및 가입 의사를 반복하여 확인할 필요가 있다.

보험기간 5년 이상의 장기계약의 경우 설명의무 위반에 대한 계약 취소권 및 철회권 행사 기간을 1년까지 연장하여 실효적인 제도가 될 수 있도록 하거나 보험계약에서 보험자의 보험상품에 대한 설명의무는 주된 급부로서 성격을 가지므로 계약의 해제권을 인정하는 것도 고려해 볼 필요가 있다.

## 2) 설명사항 정비 적확한 설명 확보 방안 강구

보험회사의 재무상태, 자주 발생하는 분쟁 유형, 보험계약자 등에게 불리한 판결내용의 설명 등을 설명사항에 포함하고, 주요면책사항 및 주요 민원 및 분쟁사항 등 소비자 유의사항 등을 설명사항으로 추가하며 보험소비자에게 불리한 내용, 가령 사업비 규모, 모집종사자에 대한 수수료 등 규모 등에 대해 확실하게 설명될 수 있도록 하여야 한다. 이를 위해서는 현행 설명사항을 재검토하여 정비할 필요가 있다. 반드시 필요한 사항 위주로 설명되도록 하되 설명시간의 길어짐에 따른 거래 당사자의 불편도 감소시킬 필요가 있다.

행동경제학의 이론에 의하면 소비자는 합리적 사고에 의한 선택을 하는 것이 아니라 오히려 비합리적 행태를 보이는 경우가 있다는 것이 밝혀짐에 따라 전통경제학의 이론을 수정하여 실제 세상에 적용하고자 한다.

전통적인 경제학에서는 소비자는 정보가 주어지면 충분한 비용 편익분석과 위험평가를 통해 자신의 자산 가치 또는 효용을 극대화하는 선택을 내린다고 가정한다. 따라서 이러한 관점에서는 금융소비자에게 접근 가능한 정보가 충분히 공개되었는지가 합리적 의사결정 환경 여부를 판단하는 중요한 기준이 된다.<sup>16)</sup>

그러나 행동경제학 이론에 의하면 소비자는 동일한 사안이라도 설명방법에 따라 효과가 달라지는 것으로 보고, 정보의 양이 아닌 정보가 소비자에게 전달되는 형식과 방법에 주목한다. 이에 따라 전달력을 높이기 위해서 가장 중요한 정보는 소비자의 관심이 집중될 수 있는 위치에 배치해야 한다고 한다.<sup>17)</sup> 그리고 보험약관 등은 가급적 이해하기 쉬운 언어로 쓰여져야 하고, 나아가 효과적인 설명을 위하여 그림, 표, 디자인적 요소를 포함하여 소비자의 이해도를 높여야 한다고 한다.

이러한 점을 고려해 볼 때 설명사항의 축소 및 중요도에 따른 설명사항의 배치, 강조하는 표시문구의 사용, 보험약관 문언의 평이화작업이 지속적으로 이루어져야 한다. 또한 4차 산업혁명의 핵심 기술을 기반으로 하는 인공지능(artificial intelligence)의 장치를 보조 설명장치로 활용할 필요가 있다.

16) 강소현, “행동경제학을 기반으로 한 개인투자자 보호방안”(자본시장연구원, 자본시장포커스), 3면.

17) 강소현, 위의 논문, 4면.

### 3) 하자 없는 보험상품의 제조 강구

보험상품이 처음부터 하자를 갖고 있는 경우 아무리 설명을 제대로 하였다고 하더라도 제조에 따른 하자는 그대로 존재하게 되고, 이로 인하여 보험회사는 불완전판매를 하게 되는 결과를 초래한다. 보험상품의 불완전판매의 방지의 시작은 완벽한 보험상품을 만들어 내는 데서부터 시작한다. 보험상품의 제조에 반드시 외부 전문가 등이 참여하고 실질적인 논의가 확보될 수 있는 내부통제 절차를 마련할 필요가 있다.

### 4) 설명의무제도 운용 만족도 조사

보험상품의 설명제도 이행 상태에 대한 환류체계가 마련될 필요가 있다. 아울러 보험계약 체결에 대한 실태 점검을 별도로 실시하여 전반적인 소비자보호 실태에 대한 등급을 부여하여 보험업계의 우선 감독 당국 등 공적 기관이 주체가 되어 실시되 개별 보험회사는 자발적으로 시행하여 소비자 보호에 스스로 대비하는 것이 필요할 것으로 보인다.

### 5) 대중적인 보험상품에 대한 고객 교육기회 확대 간접적 설명의무 이행 기회 마련

대중적인 소비가 이루어지는 상품 가령 연금보험, 변액보험, 자동차보험, 실손보험, 치매보험 등에 대해서는 상품의 구조와 내용에 대해 소비자 교육을 강화할 필요가 있다. 이러한 소비자 교육을 위한 교육 자료의 제작 및 교육실시 등에 대해서는 산학협력을 통하여 효과적인 방안을 마련할 필요가 있다.

보험상품의 복잡성은 보험소비자에 대한 보험교육의 중요성을 수반한다. 현실적으로 보험계약 체결 시에 이루어지는 모집종사자에 의한 설명만으로는 충분한 설명이 되지 못한다. 이에 따라 보험업계는 보험소비자를 대상으로 하는 보험교육을 강화하여 보험상품에 대한 합리적 선택을 도울 필요가 있다.

### 6) 빅데이터를 활용한 주요 분쟁 사항 및 처리 결과 등 정보 제공

인터넷을 통한 직접 판매 및 비대면 판매의 경우에는 보험계약의 청약 전에 필수설명사항, 유의사항 등을 듣고 이해한 사실을 확인한 다음 계약 체결절차에

들어갈 수 있도록 알고리즘을 만들어 보험상품에 대한 설명과 이해가 선행되지 않고서는 보험계약 체결절차에 진입하는 것을 방지할 필요가 있다.

## 5. 보험회사의 사업비 규제 및 모집 종사자에 대한 수수료 규제 강화

### (1) 현황 및 문제점

#### 1) 규제 현황

보험업법에서는 보험회사의 사업비의 설정 및 그 규모, 지급한도 등에 관한 직접적인 규제규정은 없다. 그러나 보험료 및 책임준비금 산출방법서의 신고 및 제출에 의하여 간접적인 통제하고 있을 뿐이다.

그런데 보험업법 시행령은 금융기관보험대리점등은 모집수수료율을 모집을 하는 점포의 창구 및 인터넷 홈페이지에 공시하여야 하고, 보험회사는 모집을 위탁한 금융기관보험대리점등의 모집수수료율을, 보험협회는 전체 금융기관보험대리점등의 모집수수료율을 각각 비교·공시하여야 한다고 규정하고 있고(시행령 제40조 제8항), 보험업감독규정에서는 사업비의 집행원칙만을 밝히고 있다. 보험회사는 상품별 보험료 및 책임준비금 산출방법서에서 정한 최적사업비(단, 일반손해보험은 예정사업비) 한도 내에서 보험중개사, 보험대리점과 보험설계사에 대한 수수료·수당 등의 보수와 그 밖의 지원경비가 지급될 수 있도록 자체 지급기준을 마련하고 이를 적정하게 집행하여야 한다고 규정하고 있다(제4-32조 제1항).

또한 보험회사는 보험대리점에 대해 수수료 외에 이익수수료의 지급이 가능하다고 규정하고(제4-32조 제2항), 모집경비의 집행의 투명성과 건전한 집행을 위해 거래의 실질내용에 부합하는 비용지출 및 관인영수증 등에 의하여 적정한 회계 처리해야 한다고 규정한다(제4-32조 제3항).

#### 2) 시장 현황

보험회사는 보험상품 판매의 대가로 판매수수료를 지급, 판매수수료의 운용 및 책정은 보험회사가 자율적으로 정하고 있는데 협상력이 높은 대형 보험대리점에 과도한 성과급과 판매수수료를 지급하고 있다. 보험상품별로 보험회사가 정한 기본적인 판매수수료가 이미 정해져 있으며, 보험회사가 새로운 보험상품을 출시하는

경우에는 신상품의 판매촉진을 위해 시책을 일반보험대리점 등에게 지급하여 매출을 증대시키고자 한다. 실제 전속 보험설계사와 법인보험대리점 보험설계사에게 지급되는 수수료를 비교해 보면 법인보험대리점 소속 보험설계사에게 지급되는 것이 더 많다.

<보험회사 소속 보험설계사와 법인보험대리점 소속 보험설계사 간 수수료>

구분		비례수수료			성과 수수 료 ( d )	시책 수수 료 ( e )	수수료 합계 (c+d+e)	초회수수 료합계 (a+d+e)
		초회 ( a )	분급 ( b )	소계 ( c )				
A사상품	보험회사 설계사	42%	462%	504%	267%	100%	871%	409%
	보험대리점	516%	480%	996%	-	400%	1,369%	
	법인대리점 설계사	361%	336%	697%	-	200%	897%	561%

주. 1. 보험대리점 소속 설계사 수수료는 보험대리점으로부터 받는 수수료 추정치임

2. 수수료(시책) 비율은 월납보험료 대비 금액 비율

자료: 손해보험협회(2018)

보험회사 소속 보험설계사와 법인보험대리점 소속 보험설계사에게 지급되는 계약체결비용과 계약유지비용이 법인보험대리점에 유리하게 책정되어 있다. 일부 상품의 경우 3배 이상 높은 경우도 있을 정도이다. 특히 시책수수료란 명목으로 보험계약 체결에 따른 성과급을 지급하고 있다는 점에서 수수료의 차이가 크게 나타나고 있다.

<전속 보험설계사와 법인보험대리점 소속 보험설계사 간의 수수료 비교>

(단위:%)

상품	유형	A사		B사		C사	
		전속	대리점	전속	대리점	전속	대리점
종신보험	계약체결비용	1.4	3.5	1.73	3.15	0.80	2.31
	계약관리비용	2.5	3.8	4.15	5.73	3.10	5.16
실손보험	계약체결비용	1.9	0.3	0.16	0.28	1.61	4.04
	계약관리비용	3.4	0.1	0.46	0.28	4.75	4.58

상품	유형	A사		B사		C사	
		전속	대리점	전속	대리점	전속	대리점
연금저축 보험	계약체결비용	0.1	0.7	0.33	0.67	0.14	0.53
	계약관리비용	0.2	0.7	0.97	0.83	0.62	0.97
어린이보험	계약체결비용	1.3	4.6	1.52	2.71	0.89	2.64
	계약관리비용	2.3	5.1	3.22	4.63	3.38	5.12

<자료: 정세창, 「보험시장 정비를 위한 입법적 개선방안」, 「보험시장질서 확립을 위한 정책토론회」, 김종석 국회의원 주최, 2017.7.12.>

### 3) 금융감독당국의 최근 대응 조치

금융당국은 보험민원, 불완전 판매 등을 유발하는 불합리한 모집수수료 체계를 개선하여 보험산업 신뢰도를 제고하고자 몇 가지 대책을 발표하였다. 이에 따르면 모집수수료제도와 관련하여 모집수수료 지급기준을 명확히 하고 모집수수료에 의한 작성계약 유인을 제거하고 모집수수료 분할지급 방식을 도입하는 방안이 검토되고 있다.<sup>18)</sup>

구체적인 내용은 다음과 같다. 첫째 보험회사가 보험상품을 설계하는 시점에 모집수수료 지급 기준을 명확히 설정하여, 임의로 지급하는 모집수수료를 최소화 하고, 해약공제액을 재원으로 모집조직에게 지급하는 수수료는 상품개발 단계에 지급기준을 명확히 설정하고 기준 변경 절차를 강화한다. 둘째, 보장성보험은 가입 이후 1차 년도에 지급한 모집수수료와 해약환급금의 합계액이 납입보험료 이내로 설정되도록 개선한다.

셋째, 현행 선지급방식 이외 수수료 분급제도를 병행하여 도입한다. 수수료 분급시 연간 수수료는 표준해약공제액의 60%이하가 되도록 하고, 분급수수료 총액이 선지급방식 총액 대비 5%이상 높게 책정되도록 설계한다.

또한, 분급방식을 선택한 모집종사자가 불리하지 않도록 보험회사와 모집종사자간 위촉계약이 해지되더라도 위촉계약이 해지된 시점을 기준으로 선지급방식과 분급방식을 비교하여 차액을 정산한다.

18) 금융감독원 보도자료, 보험상품 사업비 모집수수료 제도 개선(2019.8.2.).

#### 4) 문제점

모집수수료의 규모 및 지급 방식 등이 민원이나 분쟁을 유발하는 요인으로 작용하고 결국 불완전 판매의 원인을 된다는 점에 대해 인식은 같이 하고 있다.

보험모집 종사자에 대한 과도한 시책 경쟁은 법인보험대리점 등 소속 보험설계사로 하여금 과도한 성과급 및 판매수수료를 지급하는 보험상품만을 판매하도록 함으로써 소비자의 선택권을 제한하여 궁극적으로는 보험시장 질서를 왜곡시키는 결과를 초래한다.

과도한 판매수수료 유인에 의하여 판매된 보험상품은 계약유지가 어려운 불완전판매로 연결되는 경우가 많고 소비자의 해약가능성이 높아져 결국 법인보험대리점과 보험회사 및 소비자 모두에게 이익이 되지 못할 가능성이 높다.

보험회사로부터 높은 수수료를 지급받기 위해 보험계약을 매집하는 과정에서 계약자 명의를 도용한 허위계약, 다른 보험설계사 명의를 이용한 경유계약, 보험료 대납 등의 불건전 영업행위를 지속하게 하는 매개체가 되는 사례도 많이 발생하고 있다.

궁극적으로 과도한 성과 및 판매수수료를 지급하는 상품만을 판매하는 것은 결국 소비자의 보험상품 선택권을 제한하고, 결국 보험료 인상 및 소비자 부담이 증가하는 결과를 초래한다.

이러한 실무운용상의 문제점 외에도 보험회사의 사업비와 모집수수료의 규제를 위한 법적 근거가 미약하다는 점이 큰 문제점으로 지적하지 않을 수 없다. 법치국가의 원리 및 법치 행정의 원리상 수수료나 사업비에 대한 규제는 사업자의 영업상의 자유를 제한하는 것으로 그 제한에는 법률적 근거가 명확해야 한다.

#### (2) 제도개선과제

보험가격에 대한 통제를 할 것인지 한다면 어떻게 하여야 하는지에 대한 방안을 마련할 필요가 있다. 앞에서 본 바와 같이 실제로 감독 규정 등에 의하여 수수료 등에 대한 규제를 시행하고 있다. 그러나 이러한 규제는 법적 근거가 없는 규제로서 논란이 제기될 수 있다.

따라서 사업비 및 그 구성요소인 수수료에 대한 규제 근거를 보험업법에 직접 규정하여 하위 규정의 법적 근거를 뒷받침할 필요가 있다. 우선 규제의 방향은

보험상품별 사업비 총액 내지 비율 한도를 설정하고 초기에 수수료가 집중되어 지급되지 않도록 수수료 지급방식을 규제할 필요가 있다. 모집수수료를 최소기간 이상 균등하게 배분될 수 있도록 하고 배분기간도 보험료 납입기간의 3분의1 이상의 기간 동안에 걸쳐 분배될 수 있도록 하는 것이 타당하다.

또한 매출액 대비 수수료 지급방식이 아닌 수익성 대비 수수료 지급체계의로의 전환을 모색할 필요가 있다. 이렇게 되면 불법모집이나 철새 설계사의 양산을 줄일 수 있을 것으로 보인다.

## V. 결 론

보험상품의 불완전 판매를 줄이기 위해서는 각 이해당사자의 각고의 노력이 요청된다. 보험회사는 내부통제제도를 강화하여 소비자에게 좋은 상품을 제조하고, 설명서의 기재사항의 배열과 표시를 특별히 하며, 면책사항의 순서를 자주 적용되는 면책 사유가 먼저 표시될 수 있도록 하는 등 설명체계의 개편을 통하여 불완전 판매를 해소하는 노력을 경주하고 제4차 산업 혁명 기술을 활용한 설명기술을 개발하여 모집종사자의 자의적 설명과 잘못된 설명이 되지 않도록 하는 설명 보조 장치를 개발하여 활용하는 방안을 강구하여야 한다. 또한 회사 내부의 소비자권익보호위원회의 활용을 통한 실질적 소비자 보호 정책을 수립하여 시행하고 유휴집포를 활용한 보험소비자문화센터 설치를 통해 보험상품의 홍보, 상담, 소비자 교육이 체계적으로 수행될 수 있도록 하여 소비자 친화적 정책을 과감하게 추진할 필요가 있다.

보험모집종사자는 내부통제제도의 강화를 통해, 전문가로서 자질 배양을 위한 노력을 경주하여야 한다. 또한 자기 책임원칙에 대비한 자본을 확충하고, 법규 준수를 위한 윤리 및 법클리크스 교육을 강화하여야 한다.

보험소비자는 소비자의 권리의 정당한 행사를 하여야 하고, 합리적 소비활동을 위한 교육받을 권리를 적극적으로 행사하여야 한다.

금융당국은 사업비 및 수수료 제도를 전면 재검토하여 불완전판매의 유발원인을 제거하여야 한다. 또한 불완전판매상품 발견 및 이에 대한 피해의 신속한 전파

및 구제제도를 마련하여야 한다. 위법한 모집행위에 대해서는 과징금을 부과하고, 손해배상을 통하여 보험회사 및 보험모집조직의 불완전 판매로 인한 재무적 인센티브 제거하고, 보험대리점의 수수료 구조 개선을 통한 소속 보험설계사의 불완전판매 유인을 제거하는 대책을 강구하여야 한다. 또한 보험모집종사자의 도덕적 해이를 방지하기 위한 법인보험대리점의 책임담보장치를 마련하고, 실질적인 설명의무 이행이 가능하도록 설명정보의 제공 및 인식 등 정보 설명 및 전달 체계를 재정비하여야 한다.

## 참고문헌

- 정찬형, 「상법강의(하)」 제18판, 박영사, 2016.
- 박세민, 「보험법」 제4판, 박영사, 2017.
- 장덕조, 「보험법」 제2판, 법문사, 2015.
- 한기정, 「보험법」, 박영사, 2019.
- 한기정, 「보험업법」, 박영사, 2019.
- 이성남, 「보험모집규제론」, 마인드맵, 2017.
- 김중호, “보험상품의 불완전판매에 대한 법적 규제방안”, 「법학연구」 제23권 제1호, 충남대학교 법학연구소, 2012. 6.
- 정세창·안철경, “소비자보호를 위한 보험상품 불완전판매 감소 정책”, 「보험금융연구」 제29권 제3호, 2018. 8.
- 이호택, “보험사의 윤리경영과 보험 상품속성이 텔레마케팅 보험판매인의 불완전판매에 미치는 영향”, 「유통연구」 제19권 제1호, 한국유통학회.
- 이성남, “보험업법상 모집행위의 규제에 관한 연구”, 박사학위논문, 고려대학교 대학원, 2012. 12.
- 정세창, “보험시장 정비를 위한 입법적 개선방안”, 「보험시장질서 확립을 위한 정책토론회 자료」, 김종석 국회의원 주최, 2017. 7.
- 김현주, 고령화시대 노인정책의 방향, 대통령직속 저출산고령사회위원회, 2016. 10. 4.
- 금융감독원, 주요 해외금리 연계 DLF 관련 중간 검사결과(2019.10.1.), 보도자료.
- 금융감독원, 보험상품 사업비 모집수수료 제도 개선(2019.8.2.), 보도자료.
- Robert H. Jerry, II/Douglas R. Richmond, Understanding Insurance Law, fourth edition, LexisNexis, 2007.

<Abstract>

## **Legal Tasks to Prevent Incomplete Sale of Financial Instruments - Focusing on insurance sales -**

**Lee, Sung Nam**

In order to reduce incomplete sales of insurance products, each stakeholder's attention is requested

The insurance company shall strengthen the internal control system to manufacture goods that are good for consumers, and display the arrangement and marking of the items in the manual in a special way.

The insurance company shall ensure that the reasons for indemnification, which are frequently applied in the order of indemnification, are marked first. And through the reorganization of the explanatory system, efforts are made to eliminate incomplete sales. In addition, insurance companies should develop explanatory technologies using the fourth industrial revolution techniques to prevent arbitrary and erroneous descriptions of recruiters. In addition, explanation aids through artificial intelligence should be developed and utilized.

It is necessary to establish and implement practical consumer protection policies through the use of the Consumer Rights Protection Committee within the company, and to boldly implement consumer-friendly policies by establishing an insurance consumer culture center using idle stores so that the promotion, consultation and consumer education of insurance products can be carried out systematically.

The insurance agent company shall make efforts to cultivate his or her qualifications as an expert through the reinforcement of the internal control system. In addition, the government should strengthen the education of ethics and legal leaks for the expansion of

capital against the principle of self-responsibility and compliance with the regulations.

The consumer of insurance shall exercise his/her right to education for rational consumption activities.

The financial authorities should remove the incentive element for incomplete sales. And the project cost and fee system should be reviewed in full. A rapid dissemination and relief system of the discovery of incomplete products and their damages shall be prepared.

Financial authorities should take measures to remove financial incentives from insurance companies and insurance collectives through fines and damages for illegal recruitment activities, and to eliminate the cause of incomplete sales of their insurance planners by improving the fee structure of insurance agents. In addition, the legal insurance agency should prepare a liability protection system to prevent moral hazard of insurance policyholders, and readjust the information description and delivery system, including the provision and recognition of explanatory information, to enable the delivery of practical explanatory duties.

**Key Words** : incomplete sale, Explanatory duty, self-responsibility, nature of insurance transactions, insurance delivery system, insurance terms and conditions, protection of the elderly consumer.

