

---

## Ⅲ. 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 해석

---

본 장에서는 보험업법상 보험 모집 행위의 의미 또는 범위에 관하여 판단한 판례 및 유권해석 사례들을 정리해보고, 나아가 기타 금융 관련 법규상 모집 행위와 유사한 개념이라고 볼 수 있는 권유 행위 등에 관한 해석 사례도 함께 살펴본다.

### 1. 보험 모집 행위에 관한 판례

보험업법상 보험 모집 행위의 의미나 범위에 관하여 구체적으로 판시하고 있는 판례로는 서울행정법원 2015. 5. 28. 선고 2013구합62367 판결<sup>24)</sup>이 유일한 것으로 보이며, 아래에서는 해당 판결의 내용에 대하여 자세히 살펴보도록 한다.

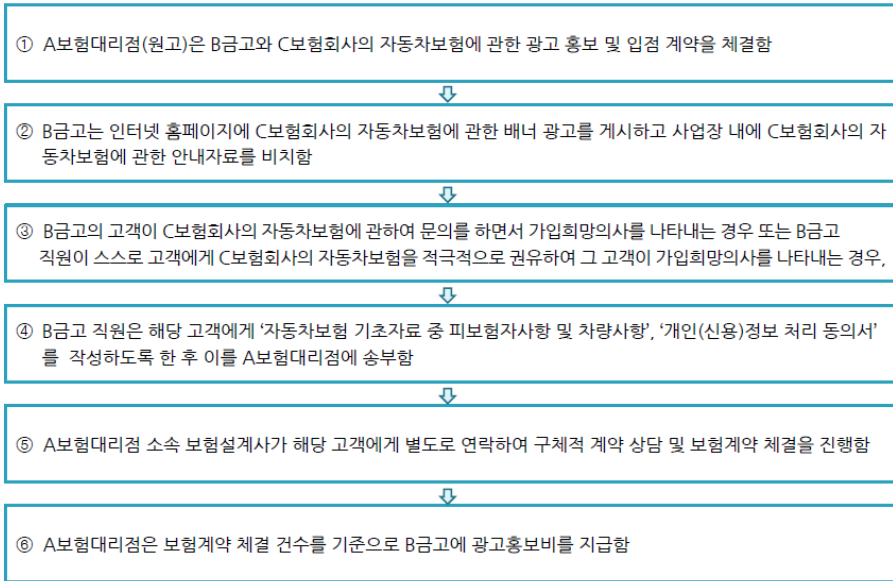
#### 가. 사실관계

원고는 보험회사와 자동차보험에 대한 보험대리점 계약을 체결한 보험대리점이었는데 보험업법 제99조 제2항을 위반하였다는 이유로 금융위원회로부터 보험대리점 등록 취소 처분을 받고 이의 취소를 구하는 행정소송을 제기한 사안이다. 구체적 사실관계는 다음과 같다.

---

24) 항소심에서도 1심의 판단이 그대로 유지되었고(서울고등법원 2016. 4. 15. 선고 2015누47142 판결), 상고하지 않고 2016. 5. 10. 그대로 확정되었음

### 〈그림 III-1〉 서울행정법원 2013구합62367 판결 사안의 사실관계



금융감독원은 위 사안에서 A보험대리점이 B금고에 광고홍보비를 지급한 것은 '보험대리점은 같은 보험회사와 모집에 관한 위탁계약이 체결된 다른 보험대리점이나 소속 보험설계사 이외에는 타인에게 모집을 하게 하거나 그 위탁을 하거나 모집에 관하여 수수료·보수나 그 밖의 대가를 지급하여서는 아니 된다'고 규정하고 있는 보험업법 제99조 제2항에 위반된다는 이유로 보험대리점 등록 취소 조치<sup>25)</sup>를 건의하였고 이에 따라 금융위원회는 A보험대리점에게 보험대리점 등록 취소 처분을 내렸다. 이에 A보험대리점은 금융위원회의 보험대리점 등록 취소 처분의 취소를 구하며 이 사건 소송을 제기한 것이다.

25) A보험대리점이 B금고에 지급한 금액이 15억 4,600만 원(수입수수료의 약 60%)으로, 금융기관 검사 및 제재에 관한 규정 시행세칙 별표 3의 금융업종별·위반유형별 제재양정기준상 등록 취소 사유에 해당하였음

## 나. 법원의 판단

### 1) 보험 모집 행위의 판단 기준

보험업법상 보험 모집 행위의 판단 기준에 대하여 법원은, “어떠한 행위가 모집 행위에 해당하는지 여부는 거래당사자의 보호에 목적을 둔 법 규정의 취지에 비추어 보험계약의 증개 또는 대리하는 자의 행위를 객관적으로 보아 사회통념상 거래의 알선·증개를 위한 행위라고 인정되는지 여부에 의하여 결정하여야 한다”는 원칙을 제시하였다.

그러면서, 보험 모집 행위에는 ① 보험계약 체결의 권유 등 ‘보험계약의 유인 행위’와 ② ‘보험 상품의 판매를 전제로 하는 보험계약 내용 설명 행위’ 등이 포함된다고 보고, ①의 권유 행위란 보험계약의 체결을 목적으로 고객에게 보험 상품에 대한 정보를 제공하거나 보험 가입을 촉구하는 행위를 말하며, ②의 설명 행위에는 보험계약 체결의 권유를 목적으로 하는 보험약관 등에 대한 내용 설명, 보험계약 청약서의 내용 및 기재사항 설명, 보험료의 산출과정 및 내용 설명, 보험금의 지급에 관한 사항의 설명 등이 포함될 수 있다고 하였다.

### 2) B금고의 행위에 대한 판단

해당 사안에서 B금고의 행위가 보험 모집 행위에 해당하는지에 대해서는, 법원은 B금고가 구체적인 상품 설명 및 상품 설계를 담당하지는 않았지만 전체적으로 보아 권유 행위를 하는 방법으로 보험계약의 체결 과정에 관여한 것으로서 보험 모집 행위를 수행하였다고 판단하였다.

보험의 모집이란 보험계약자의 유치를 전제로 하는 것인데 해당 사안에서 B금고가 잠재고객 발굴의 역할을 담당하였고, 특히 해당 보험이 의무보험인 자동차보험이라는 점에서 잠재고객의 발굴이 보험 모집 과정에 있어 중요한 의미를 가질 수 있는 점, 보험계약자가 처음으로 접하는 자가 B금고이고 자동차보험 기초자료 양식에도 B금고의 이름이 기재되어 있어 보험계약자의 입장에서 보면 B금고도 모집에 관한 권한과 책임

을 갖는 것으로 오인할 여지가 있는 점 등에 비추어 보면, B금고의 행위에 대해 단순한 보조 행위가 아닌 공동모집으로서 모집 행위를 한 것으로 평가함이 타당하다고 본 것이다.

다만 B금고의 행위 중에서 인터넷 홈페이지에 보험 상품의 배너 광고를 게시한 부분에 대해서는, 이는 잠재적인 일반 고객을 대상으로 보험 상품의 판매를 촉진하기 위한 홍보 행위에 불과하며 이러한 일반적이고 추상적인 행위 자체는 모집 행위에 해당하지 않는다고 판단하였다.

### 3) A보험대리점의 광고홍보비 지급 행위에 대한 판단

A보험대리점이 B금고에 지급한 광고홍보비에 대해서는, 그 지급 기준이 오로지 B금고 직원들에 의한 보험계약 체결 건수라는 점에서, 비록 외형상으로는 광고홍보비지만 그 실질은 B금고가 보험계약자를 모집하여 준 대가로 지급된 것으로 보아야 한다고 판단하였다.

아울러, 보험업법 제99조 제2항의 적용 범위와 관련하여, 해당 조항은 ‘모집에 관하여’ 수수료 등을 지급하지 못한다고 규정하고 있기 때문에, 모집 행위 자체뿐만 아니라 모집과 관련한 행위에 대하여 수수료 등을 지급하는 것 역시 위 조항의 적용 범위에 포함되는 것이라고 해석하였다. 해당 사안에서 설사 B금고가 담당할 행위가 모집 행위에 해당하든지 여부가 명확하지 않을 수 있다고 하더라도 적어도 모집에 관련한 행위에는 해당하기 때문에 그 대가로 광고홍보비를 지급한 것은 보험업법 제99조 제2항에서 정한 ‘모집에 관하여’ 수수료를 지급한 경우에 해당한다는 것이다.

#### 다. 판결에 대한 분석

위 서울행정법원 2013구합62367판결은 보험업법상 보험 모집 행위에 대한 일응의 기준을 제시하였다는 점에서 의미가 있다. 즉, 개별 사안에서 어떠한 행위가 보험 모집 행위에 해당하든지 여부는 거래당사자의 보호에 목적을 둔 법 규정의 취지에 비추어

해당 행위를 객관적으로 보아 사회통념상 거래의 알선·중개를 위한 행위라고 인정되는지 여부에 의하여 결정하여야 한다는 원칙을 제시하였는데, 이는 타당하다고 생각된다.

또한 보험계약 체결의 권유 등 보험계약의 유인 행위와 보험 상품의 판매를 전제로 하는 보험계약 내용 설명 행위를 보험 모집의 주요 개념으로 제시한 점, 인터넷 홈페이지에 보험 상품의 배너 광고를 게시한 것과 같이 잠재적인 일반 고객을 대상으로 보험 상품의 판매를 촉진하기 위한 일반적·추상적 홍보 행위에 불과한 경우에는 보험 모집의 범위에서 제외한 점에도 동의한다.

다만 해당 판결에서는 B금고의 행위를 모집 행위로 판단함에 있어 잠재고객 발굴의 역할을 담당하였다는 점을 하나의 근거로 제시하고 있는데, '잠재고객 발굴'이라는 행위를 무조건 보험 모집의 범위에 포함시키는 것에는 신중할 필요가 있을 것이다.

보험회사나 모집종사자가 보험에 가입할 수 있는 잠재고객을 발굴하는 방법에는 광고를 통해 잠재고객이 유입되는 경우, 다른 사람으로부터 단순히 잠재고객의 정보만 제공받는 경우 등 다양한 방법이 있을 수 있는데, 잠재고객 발굴에 일정한 역할을 했다는 이유만으로 이를 모두 모집으로 규제하는 것은 타당하지 않을 수 있다. 해당 사안에서는 B금고가 단지 잠재고객 발굴의 역할만 한 것이 아니라 경우에 따라 직접 고객에게 보험 가입을 적극적으로 권유하기도 하고 나아가 보험 가입을 위한 서류 작성에도 관여하였기 때문에 이러한 사정들을 종합적으로 고려해서 전체적으로 보았을 때 보험 모집 행위를 한 것으로 판단할 수 있을 것이다. 그러나 다른 행위에는 가입하지 않고 단순히 잠재고객 발굴에 일정 역할을 하는데 그친 경우라면, 해당 판결을 근거로 보험 모집 행위에 해당한다고 쉽게 결론 내리는 것은 옳지 않을 수 있다고 생각된다.

한편 앞서 살펴본 바와 같이 보험업법 제99조와 관련하여 해당 판결에서는 위 조항이 '모집에 관하여' 수수료 등을 지급하지 못한다고 규정하고 있기 때문에 '모집 행위' 자체뿐만 아니라 '모집과 관련한 행위'에 대하여 수수료 등을 지급하는 것까지 모두 금지하는 것이라고 해석하고 있는데, 이러한 결론에는 동의하기 어렵다.

보험업법 제99조는 보험회사나 모집종사자가 무자격자에게 보험 모집을 위탁하거나 모집 행위에 대한 대가를 지급하는 것을 금지함으로써 무자격자의 모집 행위를 막기 위한 취지이므로, 이는 기본적으로 '모집에 대하여' 대가를 지급하는 것을 금지하는

조항으로 해석하는 것이 타당하다고 생각된다. 특히 보험업법 제99조를 위반한 경우 과징금, 과태료, 나아가 모집종사자의 경우 위반 금액에 따라 영업정지나 등록취소 등의 중한 제재 처분을 받을 수 있다는 점에서도, 보험업법 제99조의 적용 범위를 지나치게 확대 해석하는 것은 옳지 않을 것이다.

만약 모집 자격이 없는 자에게 모집과 관련한 행위에 대해서 보험계약 체결 실적에 비례하여 대가가 지급된다면 모집 자격 없는 자가 실제로 보험계약 체결을 성사시켜서 대가를 받기 위하여 적극적으로 모집의 정도에 이르는 행위까지 시도할 개연성이 높아지기 때문에 이를 방지하여야 한다는 정책적 필요성이 있다면, 그 경우에는 모집과 관련한 행위, 또는 상담이나 소개 등의 행위에 대하여 대가를 지급하는 것을 금지하는 별도의 명시적 조항을 두는 입법적 방법에 의할 것이지,<sup>26)</sup> 모집의 범위를 확대 해석하거나 보험업법 제99조의 적용 범위를 모집과 관련한 행위에 대한 대가 지급의 경우까지 확대 해석하는 것은 바람직한 해결 방법이 아니라고 생각된다.

## 2. 보험 모집 행위에 관한 유권해석 사례

### 가. 금융위원회 유권해석 사례

#### 1) 보험 모집의 범위 관련

“보험 모집의 범위가 어디까지인지”라는 질문에 대해서 금융위원회는, 보험 모집의 중요성 및 보험계약자를 보호할 목적으로 모집종사자 및 행위에 대해 규제하는 보험업법의 취지를 감안할 때 보험계약 체결의 증가는 “보험회사와 보험계약자 간에 보험계약이 체결될 수 있도록 하는 모든 행위”라고 해석함이 타당하다고 하여, 보험 모집

26) 앞서 살핀바와 같이 보험업법 제83조 제2항에서는 금융기관보험대리점은 그 금융기관 소속 임직원이 아닌 자로 하여금 모집을 하게 하거나, 보험계약 체결과 관련한 상담 또는 소개를 하게 하고 상담 또는 소개의 대가를 지급하여서는 안 된다고 하여 상담 또는 소개에 대한 대가 지급을 별도로 명시적으로 금지하고 있음

의 범위를 상당히 넓게 판단한바 있다(2006. 6. 27. 금융위원회 법령 해석 회신).

## 2) 보험계약 체결 실적에 비례한 광고비 지급 관련

모집종사자가 아닌 일반 기업과 제휴를 맺어서 해당 기업의 사이트에 보험대리점의 배너나 링크를 게시하고 이를 통해 보험대리점 사이트로 유입되어 보험계약 실적이 발생하는 경우 해당 실적을 기준으로 보험대리점이 일반 기업에게 광고비를 지급하는 구조에 대하여, 과거 금융위원회는 보험업법 제99조에 위반될 소지가 있다고 판단한 적이 있다. 즉, 형태에 관계없이 '실질적으로 모집에 따른 이익을 배분하는 경우'라면 보험업법 제99조 위반 가능성이 있다고 본 것이다(2008. 12. 24. 금융위원회 법령 해석 회신).

그러나 최근에는 행위의 실질이 '모집'이 아니라 순수한 '광고'라면, 광고에 따라 체결된 보험계약 실적에 비례하여 광고수수료를 지급하여도 이는 '모집'에 대한 대가를 지급한 것이 아니므로 보험업법 제99조 위반이 아니라고 보는 것이 금융위원회의 입장이다(표 III-1) 참조). 이와 관련하여 인터넷 포털에서 배너 광고 등을 단순히 게시하는 것은 보험계약을 직·간접으로 체결하거나 특정인에 대해 개별적으로 보험가입을 유도하는 적극적이고 개별적인 행위 요소가 없기 때문에 '모집'이 아닌 '광고'에 해당한다고 판단하였다. 다만 금융위원회는 광고 대행업체가 보험 마케팅을 목적으로 보험 가입을 유도하는 등 적극적이고 개별적인 권유 행위 등 모집에 해당하는 일련의 행위가 발생하지 않도록 유의할 필요가 있다고 덧붙였다.

## 〈표 III-1〉 광고비 지급에 대해 보험업법 제99조 위반이 아니라고 판단한 사례

구분	금융위원회의 판단 내용
2015. 5. 14. 법령 해석 회신	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보험 모집 광고를 통해 유입되어 보험계약이 체결된 경우, 그 체결 실적에 따라 광고비를 지급하는 것은 '모집 광고' 실적에 따라 지급하는 것이지 '모집'에 대한 대가를 지급한 것이 아니므로 보험업법 제99조에 위반되지 않음</li> </ul>
2015. 8. 28. 법령 해석 회신	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소셜커머스에서 직접 보험계약이 체결되지 않고 단순히 보험 상품 소개 페이지를 올리는 것은 보험계약을 직·간접으로 체결하거나 특정인에 대해 개별적으로 보험가입을 유도하는 적극적·개별적 행위 요소가 없으므로 '모집'이 아닌 '모집광고'에 해당함 <ul style="list-style-type: none"> <li>* TV, 신문지면 등을 통한 보험 상품 모집 광고에서 보험 상품을 소개하고 특정 전화번호를 제시하는 행위와 다를 바 없으며 표시 광고법상 광고의 정의에도 부합함</li> </ul> </li> <li>• 소셜커머스의 보험 상품 소개 페이지에서 보험회사 홈페이지상 가입 페이지로 유입되어 보험계약이 체결된 경우 그 체결 실적에 따라 수수료 지급하여도 이는 '모집'에 대한 대가를 지급한 것이 아니므로 보험업법 제99조에 위반되지 않음</li> </ul>
2017. 6. 15. 법령 해석 회신	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인터넷 포털 등에서 배너 광고 등을 단순히 게시하는 것은 보험계약을 직·간접으로 체결하거나 특정인에 대해 개별적으로 보험가입을 유도하는 적극적·개별적 행위 요소가 없으므로 '모집'이 아닌 '모집 광고'에 해당함</li> <li>• 보험회사가 인터넷 포털의 모집 광고에 따라 체결된 보험계약 체결 실적에 비례하여 광고수수료를 지급하여도 이는 '모집'에 대한 대가를 지급한 것이 아니므로 보험업법 제99조에 위반되지 않음</li> <li>• 보험 모집 행위가 아닌 순수한 광고 행위에 대하여 광고수수료를 어떤 방식으로 지급할지 여부는 보험업법 제99조의 적용 대상이 아니며 보험회사가 자율적으로 판단할 사항임</li> <li>• 다만 배너광고를 게시하면서 보험가입을 유도하는 등 적극적·개별적 권유 행위 등 모집 행위에 해당하는 일련의 행위가 발생하지 않도록 유의할 필요가 있음</li> </ul>
2017. 6. 23. 법령 해석 회신	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보험회사가 인터넷 포털의 모집 광고에 따라 체결된 보험계약 체결 실적에 비례하여 광고수수료를 지급하여도 이는 '모집'에 대한 대가를 지급한 것이 아니므로 보험업법 제99조에 위반되지 않음</li> <li>• 다만 배너광고를 게시하면서 보험가입을 유도하는 등 적극적·개별적 권유 행위 등 모집 행위에 해당하는 일련의 행위가 발생하지 않도록 유의할 필요가 있음</li> </ul>
2017. 7. 26. 법령 해석 회신	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 보험회사가 인터넷 포털의 모집 광고에 따라 체결된 보험계약 체결 실적에 비례하여 광고수수료를 지급하여도 이는 '모집'에 대한 대가를 지급한 것이 아니므로 보험업법 제99조에 위반되지 않음</li> <li>• 다만 광고 대행 업체를 통하여 보험 가입을 유도하는 등 적극적이고 개별적인 권유 행위가 있을 경우 보험 모집에 해당할 수 있음</li> </ul>



### 3) 보험계약에 관한 사항의 비교·공시 관련

차량 유관 서비스 홈페이지를 통해 복수 보험회사의 자동차 보험 상품에 대한 보험료 산출·비교 서비스 제공을 하여 보험회사 홈페이지로 고객을 유입시키는 업무가 보험 모집 또는 모집 광고 중 어느 것에 해당하느냐는 질의에 대하여 금융위원회는, 해당 행위는 보험업법 제124조 제5항에 따른 '보험계약에 관한 사항의 비교·공시'에 해당한다고 보고, 이 경우 보험업감독규정 제7-46조의2에 따라 보험회사가 아닌 협회를 통해 제공받은 정보만을 비교·공시할 수 있다<sup>27)</sup>고 답신하였다(2018. 2. 2. 금융위원회 법령 해석 회신).

### 4) 소개·추천 관련

금융위원회는, 기존 보험계약자 또는 SNS 이용자 등이 지인을 보험회사에 소개하거나 지인에게 보험 상품을 추천하여 보험계약이 체결된 경우 해당 보험계약자 등에 대하여 수수료를 지급하는 행위에 대하여, 이는 모집 행위에 해당될 소지가 크다고 보았다(2015. 4. 30. 금융위원회 법령 해석 회신). 보험의 모집 행위는 잠재적인 보험계약자로 하여금 보험계약이 체결되도록 하는 일련의 보험 상품 판매 활동으로서 잠재적 보험계약자를 소개하거나 그에게 보험 상품을 소개하는 행위를 포함한다는 것이다. 또한 해당 사안에서 금융위원회는 보험업법 제83조 제2항<sup>28)</sup>이 '모집'을 금지하는 것과 함께 '보험계약 체결과 관련한 상담 또는 소개를 하게 하고 상담 또는 소개의 대가를 지급하는 행위'를 금지하고 있는 점을 보더라도, 지인을 보험회사에 소개하거나 지인에게 보험 상품을 추천하여 보험계약이 체결된 경우 해당 보험계약자 등에 대해 수수료를 지급하는 것은 모집에 따른 대가 지급에 해당한다고 덧붙였다.

복합점포 내 금융기관보험대리점(은행) 소속 직원이 보험 상품에 대한 설명이나 안내 없이 단순히 동일 복합점포 내 보험지점에서 상담 받을 것을 안내하거나 동 보험지

27) <표 II-1> 참조

28) 앞서 살펴본 금융기관보험대리점에 대한 조항임

점의 직원을 소개해 주는 행위는 보험 모집 행위에는 해당하지 않는다고 하면서도, 그러나 보험회사로부터 그와 같은 상담 또는 소개의 대가를 지급받는다면 이 경우에는 실질적인 모집 행위로서 허용되지 않는다고 해석하였다(2017. 4. 18. 금융위원회 법령 해석 회신). 보험업법 제83조 제2항에서 금융기관보험대리점 내 보험 상품을 모집할 수 있는 2인 이외의 직원으로 하여금 보험계약 체결과 관련한 상담 또는 소개를 하게 하고 상담 또는 소개의 대가를 지급해서는 안 된다고 규정하고 있고 이는 금융기관보험대리점의 모집종사자를 2인으로 제한한 제도의 실효성을 확보하기 위한 취지인 점을 고려할 때, 금융기관보험대리점이 보험지점에 고객을 소개하고 대가를 수령하는 경우에는 실질적인 보험 상품의 모집 행위로서 허용되지 않는다는 것이다.

#### 나. 유권해석 사례에 대한 분석

앞서 살펴본 바와 같이, 보험계약 체결 실적에 비례하여 광고비가 지급된 경우, 과거에 금융위원회는 그 행위의 실질에 따라 구분하여 판단하기보다는 실질적으로 모집에 따른 이익을 배분하는 경우라고 보아 보험업법 제99조 위반에 해당한다고 해석하는 경향이 있었다.

그러나 최근에는 ‘보험계약 체결 실적에 비례한 대가 지급’이라는 요소를 절대적 판단 기준으로 하기보다는 ‘행위의 실질’에 따라 모집 행위 여부를 판단하는 입장인 것으로 이해된다. 즉, 행위의 실질이 ‘모집’이 아닌 ‘광고’라면, 보험계약 체결 실적에 비례하여 광고 수수료가 지급되더라도, 이는 ‘모집’에 대한 대가가 아니라 ‘광고’에 대한 대가이므로 보험업법 제99조에 위반되지 않는다고 해석하고 있는 것이다.

이처럼 행위의 실질에 따라 모집 대가인지 광고 대가인지를 구분하는 것이 타당하다고 생각된다. 물론 어떠한 행위에 대하여 보험계약 체결 실적에 비례하여 대가가 지급되는 경우에는, 행위자로서는 보험계약 체결을 성사시켜야 대가를 받을 수 있기 때문에 순수한 광고나 소개의 정도를 벗어나 실질적으로 보험 가입 권유까지 하게 될 개연성이 높으므로 이를 규제할 필요성이 있다고 볼 수 있을 것이다. 그러나, 실제로 광고나 소개의 정도를 벗어나 실질적 가입 권유 행위가 발생한 경우에 이를 무자격 모집

행위로 규율하면 될 것이고, 만약 정책적으로 이를 사전에 방지하고자 한다면 광고나 소개의 대가를 보험계약 체결 실적에 비례하여 산정하는 것을 입법적으로 금지하는 방법에 의할 것이지, 단지 보험계약 체결 실적에 비례하여 대가가 산정되었다는 사정 하나만으로 해당 행위의 성격을 광고가 아닌 모집으로 규정짓는 것은 타당하지 않을 수 있다고 생각된다.

어떠한 행위의 실질이 모집인지 광고인지를 구분함에 있어서는 금융위원회는, '보험계약을 직·간접으로 체결하거나 특정인에 대해 개별적으로 보험 가입을 유도하는 적극적·개별적 행위 요소가 있었는지' 여부를 그 판단 기준으로 삼고 있다. 그에 따라 소셜커머스에서 단순히 보험 상품 소개 페이지를 올리거나 인터넷 포털 등에서 배너 광고 등을 단순히 게시하는 것은 모집이 아닌 광고에 해당한다고 판단하였다.

한편 소개나 추천 행위와 관련하여서는, 기존 유권해석들은 그에 대해 대가가 지급되는 경우에는 해당 행위는 모집 행위에 해당될 소지가 크다고 보는 입장이다. 소셜커머스나 인터넷 포털 등에서 불특정 다수인을 상대로 소개 페이지를 올리거나 배너 광고를 게시하는 경우와 달리, 특정인을 소개하거나 특정인에게 추천하는 경우에는 특정인에 대해 개별적으로 보험 가입을 유도하는 성격이 높아진다고 보는 것으로 이해된다.

불특정 다수인을 상대로 한 배너 광고 등의 경우와 달리 소개나 추천 행위의 경우 특정인에 대해 개별적으로 보험 가입을 유도하는 성격이 높아지며 따라서 규제의 필요성 또한 높아진다는 점에는 동의한다. 소개나 추천 행위에 대해 대가가 지급되는 경우에는 소개나 추천하는 사람으로서는 보험 가입을 유도할 개연성이 높아질 수도 있을 것이다. 그러나 소개나 추천이라는 이름하에 수많은 다양한 행위들이 이루어질 수 있는 것이므로, 우선 해당 사안에서 행해진 행위의 실질을 살펴서 과연 모집에 해당하는 정도의 행위가 있었는지를 엄밀히 따져볼 필요가 있다고 생각된다. 특정 보험 상품에 대한 추천이나 권유 등이 개입된 경우라면 모집에 해당할 수 있겠지만, 만약 특정 보험 상품에 대한 설명이나 가입 권유가 전혀 없이 단순히 지인을 보험회사나 모집종사자에게 소개하거나 지인의 정보를 전달한 정도의 경우라면, 과연 해당 행위의 실질을 모집으로 보아야 하는지는 의문이다.

특히 금융위원회 유권해석에서는 '금융기관보험대리점은 그 금융기관 소속 임직원

이 아닌 자로 하여금 모집을 하게 하거나, 보험계약 체결과 관련한 상담 또는 소개를 하게 하고 상담 또는 소개의 대가를 지급하여서는 안 된다'고 규정하고 있는 보험업법 제83조 제2항을 거론하면서 위 조항을 보더라도 소개를 하고 대가를 수령하는 경우에는 모집에 따른 대가에 해당할 수 있다고 판단하고 있는데, 이러한 논리 전개는 타당하지 않다고 생각된다.

금융기관보험대리점에만 적용되는 보험업법 제83조 제2항에서는 모집을 하게 하거나 상담·소개를 하게 하고 상담·소개에 대한 대가를 지급하는 것을 금지하고 있다. 한편 일반 규정인 보험업법 제99조에서는 모집을 위탁하거나 모집에 관하여 대가를 지급하는 것을 금지하고 있다.

위 두 조항을 비교해보면, 보험업법 제83조 제2항에서는 오히려 '상담 또는 소개'라는 용어를 별도로 사용하고 있는 것이며, 동 조항은 금융기관보험대리점으로 하여금 그 임직원이 아닌 자에게 모집에 대한 대가 지급을 금지하는 것에서 나아가 상담 또는 소개에 대한 대가 지급까지 명시적으로 금지하는 것으로 해석할 수도 있는 것이다. 즉, 금융기관보험대리점의 경우에는 모집에 해당하는지 여부는 다소 애매할 수 있더라도 보험계약 체결에 관한 상담 또는 소개에 대한 대가를 지급한 것이라면 이는 보험업법 제83조 제2항에 따라 명시적으로 금지되는 것이 맞다. 그러나 금융기관보험대리점이 아닌 경우라면, 보험업법 제99조에서는 모집을 위탁하고 모집에 관하여 대가를 지급하는 것을 금지하는 것이므로, 해당 행위의 실질을 살펴서 과연 그 행위가 보험 모집의 정도에 이르렀는지를 살펴보아야 할 것이다. 그런데, 금융기관보험대리점이 아닌 사안에서, 상담 또는 소개라는 이름으로 다양한 행위가 행해질 수 있는데 그 안에서 모집에 해당하는 행위가 있었는지 그 행위의 실질을 열심히 따져보는 것이 아니라, 금융기관보험대리점에 한하여 적용되는 보험업법 제83조 제2항을 근거로 들면서 상담 또는 소개에 대해 대가가 지급되었다는 이유만으로 해당 상담 또는 소개 행위를 무조건 모집 행위로 쉽게 결론 내리는 것은, 합리적이지 않을 수 있다고 생각된다.<sup>29)</sup>

29) 입법론으로서는, 금융기관보험대리점이 아닌 경우에도 보험계약 체결 실적에 비례하여 상담·소개의 대가를 지급하는 것을 금지하는 조항을 신설하는 방안을 고려해볼 수 있겠음. 그러나 현행 규정하에서는 우선 그 행위의 실질이 모집에 해당하는지 여부를 열심히 따져볼 필요가 있다는 것임

한편 보험 상품에 대한 보험료 산출·비교 서비스와 관련해서는, 금융위원회는 이를 모집이 아니라 보험업법상 보험계약에 관한 사항의 비교·공시에 해당한다고 보고 있다. 특정 보험 상품에 대한 가입 권유 등이 포함되지 않은 순수한 보험료 비교의 경우에는 보험업법 제124조 제5항에 따른 비교·공시로서 보험업법규상 비교·공시에 관한 조항을 준수하면 될 것이다.

### 3. 기타 권유 행위 등에 관한 해석 사례

보험업법상 모집 행위 외에, 기타 금융 관련 법령상 모집 행위 또는 모집 행위와 유사한 개념이라고 볼 수 있는 권유 행위 등에 관한 해석 사례도 간단히 살펴보도록 한다.

#### 가. 투자권유 행위

##### 1) 자본시장과 금융투자업에 관한 법률상 투자권유 행위 규제

우선, 자본시장과 금융투자업에 관한 법률(이하 “자본시장법”이라 함)은 “투자권유” 행위에 대하여 일정한 규제를 하고 있다. 금융투자업자는 투자권유를 함에 있어 거짓의 내용을 알리는 행위, 불확실한 사항에 대해 단정적 판단을 제공하는 행위 등 부당권유를 해서는 안 되며(자본시장법 제49조), 적합성 원칙, 적정성 원칙, 설명의무 등의 적용을 받는다(자본시장법 제46조 내지 제47조). 금융투자업자는 일정 요건을 갖춘 자에게 투자권유를 위탁할 수 있는데 그 경우 위탁받은 자를 금융위원회<sup>30)</sup>에 등록하여야 하며(자본시장법 제51조, 이에 따라 등록된 자를 “투자권유대행인”이라고 함), 투자권유대행인은 투자자로부터 재산을 수취하는 행위가 금지되는 등 일정한 규제를 적용 받는다(자본시장법 제52조).

자본시장법에서는 이러한 투자권유 행위에 대하여 “특정 투자자를 상대로 금융투자

30) 금융위원회는 그 등록 업무를 협회에 위탁할 수 있음(자본시장법 제51조 제3항)

상품의 매매 또는 투자자문계약·투자일임계약·신탁계약(관리형신탁계약 및 투자성 없는 신탁계약을 제외한다)의 체결을 권유하는 것”이라고 정의하고 있다(자본시장법 제9조 제4항).

## 2) 투자권유 행위 관련 대법원 판례

자본시장법상 투자권유 행위에 대하여 대법원 판결에서는 투자권유란 ‘계약 체결을 권유’하는 것이므로 민법상 청약의 유인, 즉 투자자로 하여금 청약하게끔 하려는 의사의 표시에 해당하여야 하며 따라서 특정 금융투자상품의 매매나 계약 체결의 권유가 수반되지 않는 단순한 상담이나 금융투자상품의 소개·설명, 계약이 이미 체결된 이후의 발언 등은 투자권유에 해당하지 않는다고 보았다. 그러나 단순한 상담이나 금융투자상품의 소개·설명 등의 정도를 넘어서 이와 함께 계약 체결을 권유하고 나아가 그러한 소개·설명 등을 들은 투자자가 해당 금융투자업자에 대한 신뢰를 바탕으로 계약 체결에 나아가거나 투자 여부 결정에 그 권유와 설명을 중요한 판단 요소로 삼았다면 해당 금융투자업자는 자본시장법상 투자권유를 하였다고 볼 수 있다고 하면서, 투자권유에 해당하는지는 설명의 정도, 투자 판단에 미치는 영향, 실무처리 관여도, 이익 발생 여부 등과 같은 투자에 관한 제반 사정을 종합하여 판단하여야 한다고 판시하였다(대법원 2017. 12. 5. 선고 2014도14924 판결).<sup>31)</sup>

또한 금융투자업자가 고객에게 다른 금융투자업자가 취급하는 금융투자상품을 소개한 사안에서 대법원은, 금융투자업자가 과거 거래 등을 통하여 자신을 신뢰하고 있는 고객에게 다른 금융투자업자가 취급하는 금융투자상품을 단순히 소개하는 정도를 넘어 계약 체결을 권유함과 아울러 그 상품에 관하여 구체적으로 설명하는 등 적극적으로 관여하고, 나아가 그러한 설명 등을 들은 고객이 해당 금융투자업자에 대한 신뢰를 바탕으로 다른 금융투자업자와 계약 체결에 나아가거나 투자 여부 결정에 그 권유와 설명을 중요한 판단요소로 삼았다면, 해당 금융투자업자는 자본시장법상 투자권유

31) 금융투자업자가 투자권유를 함에 있어 ‘불확실한 사항에 대하여 단정적 판단을 제공하거나 확실하다고 오인하게 할 소지가 있는 내용을 알리는 행위’를 한 경우에 해당하는지 여부가 문제된 사안임

를 하였다고 평가할 수 있고 그와 같이 평가되는 경우 해당 금융투자업자는 직접 고객과 금융투자상품에 관한 계약을 체결하는 것이 아니라 하더라도 고객에 대하여 해당 금융투자상품에 관한 적합성 원칙의 준수 및 설명의무를 부담한다고 판단하였다(대법원 2015. 1. 29. 선고 2013다217498 판결).<sup>32)</sup>

### 3) 투자권유 행위 관련 유권해석 사례

자본시장법상 투자권유 행위 등에 관한 금융위원회 유권해석 사례들을 살펴보면, 금융투자업자와 핀테크 사업자 간 업무 제휴를 통해 핀테크 사업자가 제공하는 투자정보 등을 이용하는 고객으로부터 금융투자업자에게 발생하는 수수료 수입의 일부를 금융투자업자가 핀테크 사업자에게 제공하는 것이 가능한지 질의한 사안에서 금융위원회는, 핀테크 사업자가 고객에게 종목 또는 포트폴리오를 추천·권유하는 등 투자정보를 제공하고 금융투자업자로부터 수수료 수입의 일부를 제공받기 위해서는 해당 핀테크 사업자가 투자자문업자로 등록하여야 할 것이라고 보았다(2016. 4. 19. 금융위원회 법령 해석 회신).

변액보험을 취급하는 모든 생명보험회사의 변액보험 상품별 펀드 수익률 및 수익률랭킹을 제공하는 플랫폼을 운영하는 것이 무면허 투자자문업에 해당할 소지가 있느냐는 질문에 대하여, 기존 공시자료를 취합하여 전체 변액보험 상품의 펀드수익률 등을 별도의 대가 없이 단순히 보여주기만 하는 차원이라면 자본시장법상 투자자문업에 해당하지 않을 것이나, 정보 제공이 추천이나 가입 유도, 가입 시 판매사나 투자자로부터 수수료 수취 등 간접적이라도 자문이나 투자권유 행위 등과 결합되는 경우에는 투자자문업이나 투자권유 행위로 볼 수 있다고 답신하였다(2017. 11. 7. 금융위원회 법령 해석 회신).

32) A라는 금융투자업자의 직원이, 자신이 과거에 거래를 하여 알고 있던 고객에게, B라는 금융투자업자의 투자일임계약과 관련하여 상품 내용 및 그 동안의 운용결과 등을 설명하였고, 고객은 그 설명을 듣고 B의 투자일임계약에 대해 알게 되어 투자하려는 의사를 가지게 되었으며, A의 직원이 고객 명의의 투자성향진단결과 확인서 및 투자일임계약서를 작성하기도 하여 고객으로서는 A의 직원이 투자일임계약을 중개하는 역할을 하는 것으로 판단할 수 있다고 보았음. 해당 사안에서 A는 해당 투자일임계약의 체결로 운용수익 내지 판매수수료를 취득하지는 않았으나 A에 개설된 계좌를 통해서 옵션거래가 이루어졌기 때문에 B의 거래 행위마다 A가 거래수수료를 취득하였음

특정인을 소개하는 행위와 관련하여서는 금융위원회는 투자권유 행위에 해당할 가능성이 있다고 보는 입장인 것으로 이해된다. 농협은행이 부동산담보신탁의 소개 업무를 지역 농·축협에 위탁하는 것이 가능한지 여부를 질의한 사안에서, 표현상 소개라는 용어를 사용하더라도 그 형태가 담보계약의 체결 의사가 있는 특정 고객을 대상으로 특정업자(농협은행)의 금융상품을 권유한다는 점과 단순히 소개 행위 자체에 대하여 대가를 지급하는 것이 아니라 계약이 체결된 건에 대해서만 대가를 지급한다는 점에 의할 때 투자권유에 해당될 소지가 높다고 판단하였다(2017. 1. 9. 금융위원회 법령 해석 회신).

또한 금융투자업자가 증권계좌를 개설하는 신규 고객을 소개한 기존 고객에게 소정의 금전 등을 지급하는 행위에 대하여, 금융위원회는, 금융투자업자에게 신규 고객을 소개한 기존 고객의 행위는 그 대가를 지속·반복적으로 수취할 수 있다는 점 및 신규 고객이 해당 계좌를 통해 금융투자상품을 매입할 수 있다는 점에서 사실상 투자권유 대행인의 투자권유 행위와 동일한 것으로 볼 수 있으므로 신규 고객을 소개하는 기존 고객은 무등록 투자권유대행인에 해당할 소지가 있다고 해석하였다(2017. 7. 25. 금융위원회 법령 해석 회신).

마찬가지로, 투자중개업자가 일정 규모 이상의 해외선물 계약을 체결하는 신규 고객을 소개한 기존 고객에게 소정의 금전을 지급하는 행위에 대해서도, 그러한 기존 고객의 행위는 추천 인원에 따라 그 대가를 지속·반복적으로 수취할 수 있다는 점에서 사실상 투자권유 행위와 동일하다고 보았다(2017. 7. 12. 금융위원회 법령 해석 회신).<sup>33)</sup>

한편 투자상품 판매를 촉진하기 위한 가두 캠페인과 관련해서는, 특정 투자자에게 매매의 체결을 권유하는 것이 아니라 불특정 다수의 일반 다중에게 광고 자료를 배포하는 행위에 불과하므로 투자권유의 단계로 볼 수 없으며 단순한 판매촉진 행위에 해당한다고 해석하였다(2016. 1. 7. 금융위원회 법령 해석 회신).

33) 앞서 살핀바와 같이 금융위원회는 보험 모집과 관련해서도 기존 보험계약자 등이 지인을 보험회사에 소개하거나 지인에게 보험 상품을 추천하여 보험계약이 체결된 경우 해당 보험계약자 등에 대하여 수수료를 지급하는 행위에 대하여 모집 행위에 해당될 소지가 크다고 해석한 바 있음(2015. 4. 30. 금융위원회 법령 해석 회신)



## 나. 신용카드 모집 행위

### 1) 여신전문금융업법상 신용카드 모집 행위 규제

여신전문금융업법(이하 “여전법”이라 함)에서는 신용카드 모집 행위를 규율하고 있다. 신용카드 회원을 모집할 수 있는 자는 해당 신용카드업자의 임직원, 신용카드업자를 위하여 신용카드 발급계약의 체결을 중개하는 자(모집인), 신용카드업자와 신용카드 회원의 모집에 관하여 업무 제휴 계약을 체결한 자 및 그 임직원으로 한정되며(여전법 제14조의2), 모집인이 되려면 일정한 자격을 갖추어야 하고 신용카드업자는 소속 모집인이 되고자 하는 자를 금융위원회<sup>34)</sup>에 등록하여야 한다(여전법 제14조의3). 그리고 신용카드업자는 위 여전법 제14조의2에 해당하는 자 외의 자에게 신용카드 회원의 모집을 하게 하거나 모집에 관하여 수수료, 보수, 그 밖의 대가를 지급하는 것이 금지되며, 모집인은 일정한 영업 행위 규제를 적용받게 된다(여전법 제14조의5).

여전법상 ‘신용카드 모집’의 의미나 범위에 대해서 별도로 정의하고 있는 조항은 없다.<sup>35)</sup>

### 2) 신용카드 모집 행위 관련 유권해석 사례

신용카드 모집 행위에 관한 금융위원회 유권해석 사례를 살펴보면, 우선 지인 추천 행위에 대해서는, 해당 행위가 지속적·반복적 행위인지 여부에 따라 모집 행위 해당 여부를 달리 판단하는 것으로 보인다.

즉, 신용카드 회원이 지인에게 신용카드를 추천하여 지인이 신용카드를 발급받는 경우 신용카드업자가 그 추천인에게 경제적 혜택을 제공하는 것이 가능한지 질의한 사안에서, 금융위원회는 지인 추천을 통한 경제적 대가 지급이 신용카드업자 주도로

34) 금융위원회는 그 등록 업무를 협회에 위탁함(여전법 제14조의3 제3항)

35) 여전법상 ‘가맹점모집인’에 대해서는 ‘신용카드업자를 위하여 가맹점계약의 체결을 중개 또는 대리하고 부가통신사업자를 위하여 신용카드 단말기를 설치하는 자로서 제16조의3에 따라 금융위원회에 등록을 한 자를 말한다’고 정의하고 있으나(여전법 제2조 제5의3호), 그 외에 신용카드 모집인이나 신용카드 모집에 대한 정의 규정은 별도로 두고 있지 않음

반복적으로 또는 과다하게 제공된다면 신용카드업자는 실질적으로 모집인 등록 없이 신용카드 회원을 모집할 수 있어 신용카드 회원 모집인의 등록 및 모집 질서 유지를 규정한 여전법의 취지에 반할 수 있으므로 신용카드 회원이 지인 추천 행위를 반복적으로 행하여 경제적 대가를 지급받는 경우에는 단순한 소개가 아니라 모집에 해당한다고 해석하였다. 다만 지속적·반복적인 추천 또는 신용카드업자 주도의 지인 추천 서비스 이용 등을 통해 경제적 이익을 제공받는 경우가 아니라, 지인에 대한 일회적 단순 소개에 해당한다면, 신용카드업자가 지인을 추천한 카드 회원에게 합리적 범위 내의 경제적 이익을 제공하는 것은 가능할 것이라고 답신하였다(2015. 12. 23. 금융위원회 법령 해석 회신, 2017. 10. 18. 금융위원회 법령 해석 회신).

신용카드업자가 제휴사의 인터넷 홈페이지에서 카드 상품 광고를 하고 그 광고를 통해 고객이 유입되어 카드가 발급된 경우 제휴사에게 그 발급 실적에 따라 수수료를 지급하는 행위에 대해서는, 해당 제휴사에 카드 상품 '광고'에 따른 발급 실적에 따라 수수료를 지급하는 것은 모집 자격이 없는 자에게 모집에 관하여 대가를 지급하는 것을 금지하는 여전법 조항에 위반되지 않는다고 하면서, 다만 신용카드 회원의 '모집'에 해당하는지는 개별 사안의 구체적 사실관계를 검토하여 판단할 사항으로서 법령해석 회신문에서 일률적으로 세부적인 판단 기준을 정하기는 어렵다고 덧붙였다(2018. 1. 18. 금융위원회 법령 해석 회신).