Ⅳ 해외사례 및 평가

Ⅲ장에서 살펴본 바와 같이 국내 보험산업에서 모집 수수료의 운영상 특징은 상품 및 공급자별 수수료 지급수준 차 존재, 높은 선지급에 비중, 효율적 정보전달 미흡 등으로 요약해 볼 수 있다. 판매자에 대한 보수구조 산식상 특징이나 공시제도 측면에서의 불완비성은 모집시장 참여자의 행동 양태에 영향을 미치고 있는 것으로 보인다. 즉, 상품 판매자가 판매의 질보다는 양을 우선시하는 유인구조를 형성하게 하고, 이는 다시 보험계약 체결 후 특정 시점에 다수가 이탈하는 현상으로 이어지기도 한다.

수수료를 둘러싼 이 같은 문제를 해소하기 위해 금융감독당국에서는 다양한 제도를 지속적으로 정비해 왔다. 해외 보험시장 사례 등에 비추어 볼 때, 모집 수수료로 야기되는 모집시장의 문제는 비단 우리나라만의 문제는 아닌 것으로 보인다.

이에 본장에서는 미국, 유럽, 호주, 일본 등 해외 보험시장에서 모집 수수료로 야기되는 문제점들을 해소하기 위해 시행하고 있는 규제와 최근의 논의동향 등을 살펴보고자 한다. 또한, 해당 국가들의 모집 수수료 제도 개편이 보험시장에 미친 영향 평가를 통해 국내 보험산업에 주는 시사점을 얻고자 한다.

〈그림 Ⅳ-1〉 미국 뉴욕주의 생명보험 판매 수수료 한도

모집 수수료 규제의 유형	수수료 규제의 영향과 논의
① 공적규제 : 지급한도, 이직 수수료, 유인책, 환수규정 ② 기타 공적규제 : 공시, 인센티브 관리지침 ③ 자율규제 : 모집품질평가, 사업비공개, 보수체계 변경	① 영국의 RDR 제도 ② 네덜란드 유인책 금지 ③ 호주의 보수구조 개편 ④ 일본의 판매자 보수구조 변경 논의

1. 수수료 규제 유형

가. 공적규제: 금융감독기관 중심의 직접규제

1) 지급한도

가) 미국

미국 뉴욕주의 경우 생명보험 판매 수수료를 계약 체결 당해 연도에서 4차년도까지 판매 수수료 지급한도를 설정하고 있다(N.Y. Insurance Law Section 4228: Life Insurance and Annuity Business: Limitation of Expenses).[71] 특히, 생명보험 판매 수수료는 설계사(Agent)와 독립대리점(General Agent; GA)[72]을 구분하여 이들에게 지급하는 수수료에 한도를 설정하고 있는 점이 특징적이다.[73]

이를 구체적으로 살펴보면 뉴욕주 보험법 4228조 (d)항에서는 보험회사는 설계사가 판매한 생명보험계약에 대해 계약 체결 1차년도에는 '초년도 환산보험료(Qualifying First Year Premium)'[74]의 55%, 보험계약 2차년도에는 갱신보험료(Renewal Premiums)의

71) 뉴욕주 보험업법 4228조는 1906년에 제정된 이후 1950년대에 상원의 개정안에 의해 개정되었으며, 1996년 가격규제를 상당히 완화하는 법안이 제안되었으나, 소비자보호 문제로 통과되지 못함. 이후 1997년 8월 기존 법안에 신축성을 부여한 법안이 통과되어, 1998년 1월 발효되어 현재의 형태로 유지됨(정세창 2019)

72) 뉴욕주 보험업법 제4228조에서는 수수료 및 모집인(설계사, 중개사, GA 등)을 다음과 같이 정의함; (5) "Commission" means a payment to an agent or broker, as compensation for the sale or service of a specific policy or contract, based upon a percentage of the premium or consideration for that policy or contract.; (11) "Expense allowance" is a payment to an agent or broker in lieu of reimbursement for expenses incurred in connection with the sale or servicing of the company's policies or contracts; (2) "Agent" shall have the meaning ascribed in section two thousand one hundred one of this chapter and "broker" shall have the meaning ascribed in section two thousand one hundred four of this chapter; (14) "General agent" is an agent who is appointed directly by a company, other than a local salaried representative of such company, who recruits, trains or supervises other agents or who has the right toappoint agents.

73) Jonathan Hecht, John M. Fenton, and Douglas A. French(1998)

74) "Qualifying first year premiums" are premiums under each policy, including all of its riders and benefits, which are: (A) in the first policy year, premiums recorded, including the entire amount of a premium recorded in the first policy year of a conversion of a term policy or rider to a permanent policy up to the benchmark gross level premium for the policy, including all of its riders and benefits; or (B) in any year after the first, premiums recorded up to the benchmark gross level premium for the current face amount of the policy, including all of its riders and

22%, 보험계약 3차년도에는 갱신보험료의 20%, 보험계약 4차년도에는 갱신보험료의 18%를 초과하는 수수료를 지급할 수 없도록 하고 있다.

한편, 독립대리점이 판매한 생명보험 계약에 대해서는 보험계약 1차년도에는 초년도 환산보험료의 63%, 보험계약 2차년도에는 갱신보험료의 27%, 보험계약 3차년도에는 갱신보험료의 23%, 보험계약 4차년도에는 갱신보험료의 20%를 초과하여 수수료를 지급하지 못한다고 규정하고 있다(〈그림 Ⅳ-1〉 참조).[75]

적격연금의 경우 생명보험과는 다른 판매 수수료 한도가 적용되는데, 보험계약 1차년도의 전속설계사와 독립대리점에 대한 지급한도는 환산보험료의 각각 14.5%, 16%가, 2차년도에는 갱신보험료의 4.5%, 6%가, 3차년도에는 갱신보험료의 4.5%, 6%가, 4차년도에는 갱신보험료의 4.5%, 6%로 한도가 설정되어 있다.[76] 한편, 일시납 생명보험과 연금의 경우 전속설계사와 독립대리점에 대해 보험계약 체결 이후 4차년도까지 매해 보험료의 7%와 8%로 한도를 설정하고 있다(〈그림 Ⅳ-1〉 참조).[77]

〈표 Ⅳ-1〉 미국 뉴욕주의 생명보험 판매 수수료 한도

(단위: %)

구분		1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	총계
전속설계사·중개사	생명보험	55	22	20	18	115
	적격연금	14.5	4.5	4.5	4.5	28
	일시납 생명보험·연금	7	7	7	7	28
독립대리점	생명보험	63	27	23	20	133
	적격연금	16	6	6	6	34
	일시납 생명보험·연금	8	8	8	8	32

자료: 미국 뉴욕주 보험법

benefits, less the total previous qualifying first year premiums, but not less than zero; or (C) all premiums recorded up to the benchmark gross level premium to renew a policy on more favorable terms than those guaranteed in the policy when such renewal is subject to new underwriting and a new contestable period.

75) 판매비용을 포함시킬 경우 전속설계사는 1차년도는 환산보험료의 91%를 초과할 수 없고, 독립대리점의 경우 환산보험료의 99%를 초과할 수 없음

76) 판매비용을 포함시킬 경우 전속설계사와 독립대리점은 각각 초년도 환산보험료의 14.5%, 16% 한도 내에서 수수료를 지급해야 함

77) 판매비용을 포함해서는 각각 7%와 8.5%로, GA에 대해 판매비용을 조금 더 높게 책정하고 있음. 그러나 1차년도부터 4차년도까지 한도 내에서 지급비율은 조정 가능함(정세창 2019)

나) 호주

호주의회는 Ripoll 보고서(2009)[78]를 통해 판매 수수료, 판매량과 연동된 판매자 보수, 비금전적 보수 등이 금융상품 판매자와 소비자 간 이해상충 문제를 유발하여 불완전판매를 야기시킬 수 있다는 점을 지적하고 금융감독당국의 적극적 개입 필요성을 권고하였다. 이에 호주 금융감독당국(ASIC)은 2013년 해당 권고사항을 토대로 투자형 금융상품 자문 시 이해상충 문제를 유발할 수 있는 판매 수수료 금지를 골자로 한 FoFA(Future of Financial Advice)를 발표하였다. 'FoFA'에 포함된 주요 내용은 신의성실 의무(Best Interest Duty) 이행과 이해상충 유발 보수(Conflicted Remuneration)·판매량 비례보수(Volume Payments)·비금전적 보수(Soft Dollar Benefit) 금지 등이다. 단, 생명보험·손해보험과 신용보험에 대한 자문보수 등은 이해상충 유발 보수 항목에서 제외하였다.[79]

이후 2014년에는 금융감독당국이 생명보험시장 분석보고서를 발표했는데, 계약 초년도에 해지가 집중되고, 선취방식에서 해지율이 높고 유지관리서비스의 질이 낮은 것으로 보고되었다. 이에 수수료 체계 부작용으로 인한 소비자 피해를 방지와 유지관리서비스의 질을 개선하기 위해 2018년 생명보험 보수규정을 개정하였다.[80] 생명보험 보수개정의 특징은 선취 수수료 비중을 줄이고 유지 수수료 비중을 확대하였다는 점을 들 수 있다. 판매자가 수취할 수 있는 선취 수수료의 최고한도는 초년도 보험료의 130%에서 80%(2018년), 70%(2019년), 60%(2020년)로 단계적으로 인하하였고, 2차년도 이후에 발생하는 유지 수수료 한도는 갱신보험료의 20%로 상향하였다. 또한, 판매규모에 따라 수수료를 비례적으로 지급하는 판매실적 연동보너스 지급을 금지하였다.

〈표 Ⅳ-2〉 호주 생명보험 판매 수수료 한도 변화

(단위: %)

구분	2018년	2019년	2020년 이후
선취 수수료(Upfront Commission)	초년도보험료의 80%	초년도보험료의 70%	초년도보험료의 60%
유지 수수료(Ongoing Commission)	갱신보험료의 20%	갱신보험료의 20%	갱신보험료의 20%

자료: ASIC, Corporations Amendment(Life Insurance Remuneration Arrangement) Act 2017

78) Parliamentary Joint Committee on Corporations and Financial Services(2009)

79) ASIC(2022)

80) ASIC(2017), ASIC releases instrument setting the commission caps and clawback amounts as part of the life insurance advice reforms; John Trowbridge(2015)

다) 독일

독일의 경우 민영건강보험상품 판매 시 수수료 한도 규정을 두고 있다.[81] 독일금융당국(Federal Financial Supervisory Authority; BaFin)은 민영건강보험에서 수수료가 지나치게 높다는 점을 지적하고, 소비자 보호를 위해 2012년 4월 1일부터 수수료에 대해 직접 규제를 하고 있다. 이를 구체적으로 살펴보면, 25년 계약에 대해 총지급수수료가 총 보험료의 3.3%를 넘지 못하도록 하고 있다(정세창 2019).

라) 인도

인도의 경우 2023년 이전에는 보험상품 및 보험료 납입 방식에 따라 판매자가 수취할 수 있는 수수료 한도가 설정되어 있었다(〈표 Ⅳ-3〉 참조). 그러나 인도금융감독청은 수수료 한도 관련 규정을 몇 차례 개정해 온 후, 2023년 4월부터 설계사 및 중개인에 대한 수수료 지급한도를 폐지하였다.[82] 즉, 인도보험감독청(IRDAI)은 수수료 규제 변화 방향을 보면, 수수료 한도규제 폐지와 같은 규제완화조치를 통해 보험회사 경영의 자율성을 확보해 주는 방향으로 제도를 개정하고 있다.

IRDAI 공지에 따르면 이러한 수수료 규제 완화의 목적은 기업경영의 유연성 제고와 더불어 보험상품 가입 촉진을 목표로 하고 있다. 즉, 수수료 규제 완화를 통해 보험회사가 새로운 사업모형 추진과 기업 혁신을 촉진하고, 보험 모집인의 유인구조 개선을 통해 보험상품 보급률이 확대될 것을 기대하고 있다.[83]

---

81) Institut für Finanzdienstleistungen e.V.(2013)

82) IRDAI, (Payment of Commission) Regulations; 동 규정은 2023년 4월 1일부터 발효되며 3년마다 재검토됨

83) India Times(2023. 3. 28), “IRDAI releases revised EoM and Commission limits for Insurers”; India Express(2023. 3. 31), “IRDAI removes commission limit for agents”; Mint(2023. 3. 28), “IRDAI’s new rules on commission payments give insurers more flexibility to manage their expenses”

〈표 Ⅳ-3〉 인도 생명보험 판매 수수료 한도 변화

(단위: %)

구분	일시납보험료			정기납보험료		기타계약(보험기간)			
	순수 보장형	기타 생명보험	연금	순수 보장형	거치 연금	5년	6년	…	12년 이상
초년도	7.5	2	2	40	7.5	15	18	…	35
갱신	-	-	-	10	2	7.5	7.5	…	7.5

자료: IRDAI(2020)

마) 기타: 퇴직연금 사례

OECD 주요국의 퇴직연금 수수료 운영체계는 국가별로 상이하게 나타나고 있다(〈표 Ⅳ-4〉 참조). 퇴직연금 수수료는 급여(Salaries), 연금 기여금(Contributions), 연금자산(Assets), 운용성과(Performance), 연금 가입·해지·전환 행위 등에 기초하여 부과되는 형태를 띠고 있는데, 대부분 연금자산에 기반하여 수수료를 징수하는 형태이다.

주요국의 수수료 운영체계에 있어 주목할 점 중 하나는 퇴직연금시장의 비효율성으로 인해 소비자에게 높은 비용이 발생하는 점을 해소하기 위해, 다수의 OECD 국가들이 수수료 정보에 대한 공시와 더불어 수수료 상한(Cap) 규제를 시행하고 있다는 점이다. 또한, 소비자들이 더 유리한 조건으로 서비스를 이용할 수 있도록 중개기관을 활용하고 있다.

〈표 Ⅳ-4〉 OECD 주요국의 퇴직연금 수수료 규제체계

구분	급여	기여금	자산	운영성과	기타
호주	한도 없음	한도 없음	한도 없음	한도 없음	한도 없음
칠레	한도 없음	-	한도 존재	-	-
포르투갈	한도 없음	한도 없음	한도 없음	한도 없음	Capped
이탈리아	-	Capped	한도 존재	-	-
스페인	-	-	한도 존재	한도 없음	-
영국(Default)	-	-	한도 존재	-	-
미국	한도 없음	한도 없음	한도 없음	한도 없음	한도 없음

자료: OECD(2021)을 재구성함

2) 이직 수수료

싱가포르 금융감독당국(Monetary Authority of Singapore; MAS)은 2019년 생명보험 설계사에 대한 수수료와 판매자들의 공격적 판매를 제한하는 규정을 도입하였다(MAS 2019).[84] 이는 금융자문회사들의 설계사 영입경쟁이 치열해지는 과정에서 이직 설계사에 대한 과도한 인센티브 지급이 보험산업의 문제로 부각한 데 따른 대응이었다. 설계사의 잦은 이직이 문제가 된 것은 설계사들의 회사변경 과정에서 고객도 타 보험회사로 같이 이동하고, 그 과정에서 고객의 이익과 부합하지 않는 상품 가입이 이루어졌기 때문이다.

이에 금융감독당국(MAS)은 설계사 보수를 제한하는 규정을 도입하였는데, 설계사의 '이직 인센티브(Sign-on incentive)'와 연관된 초년도 판매 목표는 설계사의 지난 3년간의 연간 평균 판매실적보다 높을 수 없으며, 이직 인센티브는 최소 6년에 걸쳐 지급하고 첫 해에 지급하는 인센티브는 향후 3년간 연평균 보수의 50%를 초과할 수 없도록 하였다. 또한 이직 인센티브로 인해 보험료가 인상되는 것을 막기 위하여 설계사 영입에 소요된 금전적인 인센티브를 보험비용으로 처리하는 것을 금지하였다.

한편, 남아프리카 공화국에서도 중개인에게 제공하는 이직보너스(Sign-On Bonus)가 금지되어있다. 이는 과거에 이러한 유인체계가 중개인이 이직 시 과거에 체결한 거래 전체를 이직한 보험회사로 이전하는 결과를 낳은 데 따른 조치였다(OECD 2020).

〈그림 Ⅳ-2〉 싱가포르의 이직 인센티브 제한 규정

이직 인센티브(Sign-On Incentive)를 최소 6년 동안 분급하여 지급

총 이직 수수료	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도	6차년도
과거 3년 동안의 연평균 보상액의 150%	50%	20%	20%	20%	20%	20%

⬇ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓

초년도: 판매자의 직전 3년 동안의 연평균 보수액의 50%로 상한 설정

잔여기간: 잔여 인센티브는 향후 5년 동안 분급하여 지급

자료: Life Insurance Association Singapore(2019)

84) Monetary Authority of Singapore(2019)

3) 유인책 금지: 수수료 vs. 자문료

네덜란드에서는 IDD(Insurance Distribution Direction)가 도입되기 이전인 2013년부터 유인책 금지(Inducement ban) 조치가 시행되었다. 모기지보험, 정기보험, 상해보험, 장례보험 등 복잡한 금융상품에 대해 판매 시 중개인은 보험회사로부터 상품 판매에 대한 '수수료(Commission)'를 받을 수 없으며, 소비자에게 자문을 제공하고 그에 따른 비용을 소비자에게 직접 청구해야 한다. 자문료는 정액 또는 시간 당 비용으로 청구된다(〈표 Ⅳ-5〉 참조).[85]

네덜란드에서는 수수료 수취 금지 조치와 함께 다양한 제도가 도입되었는데, 그 중 하나가 표준서비스문서(Dienstverleningsdocument; DVD) 제도 도입이다. 은행, 보험회사의 독립자문가, 중개인 등은 소비자에게 금융서비스를 제공하기 전에 해당 문서를 소비자에게 제공해야 한다. 표준서비스문서에는 서비스의 성격과 범위, 서비스 비용과 같은 서비스 제공자의 모든 이익에 대한 정보가 포함되어야 하며, 소비자가 다양한 금융서비스 제공업체의 문서를 충분히 비교한 후 선택이 가능하도록 일관된 형식을 갖추어야 한다.

〈표 Ⅳ-5〉 네덜란드의 수수료 금지 상품 유무

모기지	생명보험	기타 투자형보험	사적연금
O	O	O	O
소득보상보험	장례보험	손해보험	소비자 신용
O	O	×	×

자료: Oxera(2023)

한편, 최근 유럽연합(EU)이 'Retail Investment Strategy(RIS)'의 일환으로 회원국을 대상으로 추진 중인 수수료(Commission) 수취 금지 조치가 회원국들의 비판을 받고 있는데,[86] 'Insure Europe'은 자문가의 보상시스템에 대한 금융감독당국의 개입은 소비자의 재정적 조언에 대한 접근성을 제한하여 시장을 왜곡시킬 우려가 있다고 밝히고 있다.

85) Tweede Kamer(2018)

86) Insurance Europe(2023); Insurance Europe(2022); International Advisor(2023. 1. 17), "EU bid to ban financial product commissions faces resistance"; International Advisor(2023. 1. 16), "Germany joins battle against EU ban on financial product commission"

4) 환수규정

호주금융감독당국(ASIC)은 유지 수수료에 대한 비중 확대와 함께 계약 체결 후 2년 이내에 해지되는 경우 수수료를 환수할 수 있도록 규정(Clawback Arrangement)을 마련하였다.[87] 보험계약이 체결된 이후 1차년도 이내에 해당 계약이 해지될 경우에는 선취 수수료 전액을 환수 조치하고, 2차년도 이내에 계약이 해지될 경우 선취 수수료의 60%가 환수조치된다(안철경·정인영 2018; 김동겸·정인영 2022).[88] 또한 보장범위 조정으로 보험료를 감소할 경우 초년도에 수취한 수수료의 일정비율에 보험료 감소비율을 적용한 금액을 환수한다(〈표 Ⅳ-6〉 참조).

한편, 뉴질랜드에서도 보험계약 승환이 사회문제로 부각되면서 금융감독청(New Zealand Financial Markets Authority; FMA)은 2016년 소비자들이 과거에 가입하였던 특정 생명보험계약이 다른 생명보험계약으로 교체되는 이탈행위(Churn)를 조사하였다. 그 결과 특정 시점에서의 보험계약 해지행위가 빈번히 발생하는 것을 관측하였으며, 금융감독당국은 조사과정에서 선취 수수료와 같은 수수료 유형이나 환수기간이 보험계약 승환 사이에 밀접한 관련이 있다고 보고 관련 제도를 정비하였다(김동겸·정인영 2022).[89]

〈표 Ⅳ-6〉 계약해지·보험료 감소에 따른 수수료 환수

구분	해약	보험료 감소
1차년도	초년도 보험료에 대한 지급수수료 100% 전액 상환	초년도 보험료에 대한 지급수수료 전액에 보험료 감소비율을 적용한 후 상환
2차년도	초년도 보험료에 대한 지급한 수수료 60% 상환	초년도 보험료에 대한 지급수수료의 60%에 보험료 감소비율을 적용한 후 상환

자료: 안철경·정인영(2018); ASIC(2017)

87) ASIC(2017)

88) 2013년 7월 호주금융서비스위원회는 승환문제 해소를 위해 '3년 환수기간(Three-year clawback period)' 조항을 도입하였으며, 2017년 이를 개정함. 초기 환수규정은 보험계약이 1차년도 내에 해지될 경우 보험회사가 재무상담사에게 지급한 금액을 100% 환수하고, 2차년도에 해지될 경우 지급금액의 75%를, 3차년도에 해지되면 지급금액 50%를 환수하도록 하는 규정이었음

89) FMA(2016)

나. 기타 공적규제: ① 공시 및 정보제공

유럽의 IDD(Insurance Distribution Direction) 지침은 시장통합 촉진을 위한 소매보험(Retail Iinsurance)의 규제 개선, 판매자의 공정경쟁 유도, 보험계약자 보호 강화 등을 주목적으로 한다. 이 같은 목적을 달성하기 위해 적용범위 확대, 공시 강화, 판매자 전문성 강화, 투자형상품 판매요건 강화 등의 조항을 포함시켰으며, 2016년 1월 20일 EU Official Journal에 게재되었다. 한편, EU 회원국들은 2018년 10월 자국 법안 내에 동 지침을 반영하였으며.[90] 주요 내용은 다음과 같다(양기진 2020).

수수료의 투명성 강화를 위해 보험계약 체결 전 고객에 대한 상품 판매자의 설명의무를 강화했다. 보험 모집 과정에서 판매자와 고객 간 정보비대칭 문제로 인한 이해상충 문제를 해소하기 위한 조치로 판매 보수의 규모 및 성격에 대해 사전에 고지하도록 한다. 결합상품 판매(Cross-selling) 시 상품 판매자는 소비자에게 상품을 분리하여 소개하고, 각 상품의 비용 및 수수료 등에 관한 적절한 설명을 제공하여야 한다.

또한, 불완전판매로 인한 소비자 피해 개선을 위해 판매자의 전문성 기준요건을 강화하였다. 예를 들어, 보험상품 판매자는 판매하는 상품특성, 판매자 유형, 보험회사가 판매자에게 부여한 역할 등을 고려하여 연간 15시간 이상의 전문적인 교육을 이수하여야 한다.

IDD에서 주목할 만한 점 중 하나는 모든 보험상품에 대한 이해상충(Conflicts of Interest) 및 투명성에 관한 일반 원칙을 도입하였다는 점이다(Article 19). 이에 따라 판매자는 소비자에게 보험계약과 관련하여 받은 보수의 성격에 대한 정보를 제공해야 한다. 또한, 보험판매자가 특정 보험상품을 소비자에게 추천할 유인인 보상체계(Remuneration), 판매목표(Sales Targets), 인센티브 제공 등을 약정하는 것을 금지한다(Article 17(3)).

또한, 투자성보험(IBIPs) 판매와 관련해서는 이해상충 상황을 식별·관리·공개해야 한다(Article 28). 아울러 판매자에 대한 '유인책(Inducement)'을 지급하는 행위가 서비스의 질에 부정적 영향을 미치지 않아야 함을 명시하고 있다(Article 29(2)).

한편, EIOPA는 일부 사업모형의 경우 매우 높은 수수료와 매우 낮은 보험금 청구율에 기반한 보상구조로 설계되어 있어, 보험회사의 '영업행위 리스크(Conduct Risk)'을 높일 수 있음을 지적하였다.

---

90) European Union(2016); EIOPA(2022)

다. 기타 공적규제: ② 지침 및 권고사항

1) 인센티브 관리지침 제정: 캐나다

CCIR(Canadian Council of Insurance Regulators)과 CISRO(Canadian Insurance Services Regulatory Organizations)는 2018년에 보험회사업수행 및 소비자의 공정한 대우에 관한 지침(Conduct of Insurance Business and Fair Treatment of Customers; FTC Guidance)을 발표했다.[91] 이후 CCIR과 CISRO는 일부 인센티브 관행이 소비자의 공정한 대우에 위험을 초래할 수 있으며, 이러한 위험이 적절하게 관리되고 있지 못하다고 판단하였다. 이에 2022년 2월, FTC 원칙을 보완하고 보험회사와 중개인 간 인센티브 계약이 FTC원칙에 부합하도록 하기 위한 보상 및 인센티브 구조와 관련한 추가 지침(Incentive Management Guidance; IMG)을 마련했다.

보험회사와 중개인은 이 지침에 따라 FTC원칙에 부합한 인센티브 약정을 마련해야 한다. 아울러 인센티브 계약에서 소비자에게 발생할 수 있는 불공정한 결과의 위험을 식별·평가할 수 있도록 위험관리 정책을 실시해야 한다. 여기서 인센티브는 보험회사 또는 중개인이 보험상품의 판매 및 서비스를 제공함에 있어 그들의 직원과 그 밖의 개인 또는 기업에게 제공하는 금전적·비금전적 보상을 의미한다.

금전적 인센티브에는 신계약이나 갱신 등 예상되는 판매 및 서비스에 따라 지급되는 수수료와 판매량이나 계약유지 등 성과목표 달성에 따라 지급되는 상여금이 포함된다. 한편, 비금전적 인센티브에는 상품 및 접대, 멤버십, 보험회사 고객 추천이나 성과 목표와 관련한 서비스 이용 등 비현금성 혜택과 보상이 포함된다.

인센티브 관리지침에 따라 인센티브제도 설계 시, 지급되는 모든 인센티브는 보험기간 동안 예상·제공되는 서비스 수준과 일치해야 한다. 아울러 정량적·정성적 성과 목표와 기준이 명확하게 정의되고 측정 가능해야 하며, 이는 FTC에 부합하도록 조정되어야 한다. 또한, 상품가격은 유통방법에 따라 달라지지 않아야 한다. 이때 소비자에게 발생할 수 있는 불공정한 결과의 위험을 평가하고 통제할 수 있는 조치가 인센티브 설계 단계에서 고려되어야 한다.

인센티브제도 관리 측면에서는 인센티브계약의 결과로 고객에게 발생할 수 있는 불공정

91) CCIR·CISRO(2022)

한 결과의 잠재적 위험을 식별할 수 있도록 충분한 정보나 지표가 활용되어야 한다. 위험을 주기적으로 검토하고 필요시 이를 통제해야 하며, 판매자의 부적절한 관행을 감지했을 경우에는 시정조치가 취해졌는지 확인하고 이 같은 관행을 억제하기 위한 방책을 마련해야 한다. 필요하다면 판매자에게 기지급된 수수료 회수 조치도 필요하다.

2) 싱가포르

싱가포르 금융당국(Monetary Authority of Singapore; MAS)은 생명보험과 투자형상품 판매 과정에서의 효율성을 제공하고자 2012년 3월 금융협회, 금융기관, 소비자, 학계, 언론, 기타 이해관계자 등으로 구성된 FAIR Panel(Financial Advisory Industry Review Panel)을 설립하였다. 이후 해당 Panel은 금융자문업 전반에 대한 논의를 진행한 후 2013년 3월 금융자문의 경쟁력 제고, 자문의 질 향상, 금융상품 유통비용(Distribution Cost) 절감, 공정거래 촉진 등을 달성하기 위한 권고사항을 제안하였다.[92)]

FAIR Panel에서 제안한 권고 사항에는 보험 모집 수수료에 관한 내용이 담겨져 있는데, 보험료 납입 기간을 고려하여 최대 5년까지 분급을 실시하며, 초년도 판매 수수료는 수수료 총량의 40%로 제한할 것을 제한하였다. 즉, 보험계약이 6년 이상인 경우 잔여수수료를 5년에 걸쳐 균등하게 배분하여 분급하여 지급하고, 보험기간이 6년 미만인 경우 해당 계약의 보험료 납입 기간 동안 잔여수수료를 분급하여 지급할 것을 권고하였다. 또한, 일반적 판매 수수료 이외의 유·무형의 추가지원을 제한할 것을 권고하였다.

〈표 Ⅳ-7〉 싱가포르의 판매 수수료 분배에 대한 권고사항

구분	보험계약 체결 1차년도 지급수수료	계약유지 시 2차년도 이후의 잔여수수료
실행 1년차	총 수수료의 50%	• 보험계약이 6년 이상인 경우 잔여수수료를 5년에 걸쳐 균등 지급 • 보험계약이 6년 미만인 경우 잔여수수료를 보험기간 동안 균등 지급
실행 2년차	총 수수료의 40%	

자료: MAS(2013)

92) MAS(0213)

라. 자율규제: 보험업계 중심

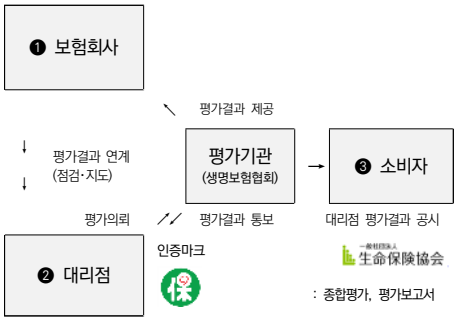
1) 모집품질 평가제도

2022년 일본 생명보험협회는 '고객 중심 업무운영'을 위해 생명보험승합대리점, 생명보험회사, 소비자단체 등으로 구성된 협의체('대리점 업무품질의 기본방향 등에 관한 스터디 그룹')의 검토 후 소비자의 입장에서 이상적인 대리점으로 요구되는 '업무품질평가기준' 210개 항목을 공표하였다. 이 같은 '업무품질 평가기준'에 따라 대리점은 업무품질에 관한 대응 상황을 자체적으로 체크할 수 있으며, 불충분한 부분을 개선함으로써 업무품질을 향상시킬 수 있다(김동겸·정인영 2022).

'업무품질조사'란 생명보험협회가 복수의 생명보험회사와 모집 업무 위탁 계약을 체결하고 있는 승합대리점을 대상으로업무품질평가기준에 따라 실시하며, 향후 그 결과를 공표한다. 평가항목은 크게 고객대응, 사후관리, 개인정보보호, 지배구조로 구분된다.[93]

대리점 업무품질평가로 인해 대리점은 업무품질 향상을 도모하게 되고. 업무품질 평가 결과가 공표됨으로써 소비자는 대리점 선정 시 업무품질 향상에 적극적으로 임하고 있는 대리점을 판별할 수 있는 유용한 정보를 제공받을 수 있다. 아울러 공통 업무품질평가기준에 근거한 평가 결과를 각 생명보험회사가 공유함으로써 각 회사가 수행하는 업무품질평가의 고도화 및 효율화를 도모할 수 있다.

〈그림 Ⅳ-3〉 일본의 승합보험대리점 평가제도



자료: 김동겸·정인영(2022)

〈표 Ⅳ-8〉 보험대리점 업무품질평가기준 항목

구분	평가항목
고객대응	상품제안 및 모집체계, 판매자 교육
사후관리	고객민원 대응, 계약정보 관리, 사후관리 서비스체계, 유지율
개인정보보호	개인정보보호체계
내부통제	기업지배구조, 내부통제체계, 직원 관리 등

자료: 生命保険協会(2023)

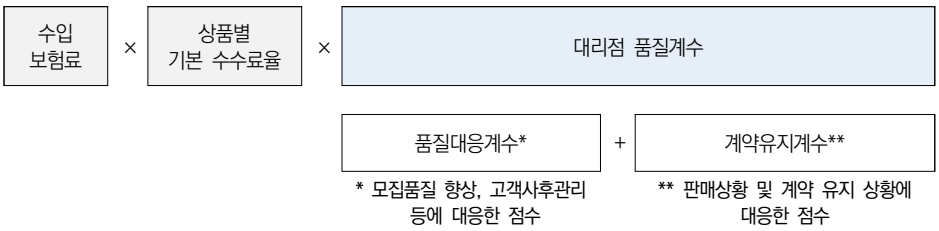
93) 生命保険協会(2022)

2) 수수료 평가체계 개편

일본의 주요 보험회사들은 '실적 중심 영업'에서 '고객 중심 영업'으로의 전환을 위해 대리점 수수료(代理店 手数料) 산정 시 계약 유지율, 고객불만 건수, 사후관리 서비스, 고객대응시스템 등 질적평가(品質評価) 지표를 2018년부터 반영하기 시작하였다(김동겸·정인영, 2020). 과거 보험대리점에 대한 수수료는 신계약, 보유계약 등 판매량에 기반한 양적 평가를 통해 이루어졌으나, 보험회사들은 타사와의 판매 경쟁을 고려하여 일정 수준의 판매량을 초과하거나 특정 상품에 대한 판매실적에 연동하여 추가로 지급하였던 '인센티브 보수'를 폐지하고, 모집성적 우수자들에 대한 표창 또는 광고비 등으로 보험대리점이 부담했던 기타 비용도 폐지하는 등 자율규제를 시행하고 있다.

보험대리점에 대한 보험회사의 수수료 평가체계 개편은 기본적으로 판매자의 '신의성실의무(Fiduciary Duty)' 이행을 목적으로 하고 있다. 2013년 금융심의회에서 다양한 보험상품을 취급하는 보험대리점의 경우 판매수당이 많은 보험회사의 상품을 권유하는 이른바 '수수료 편향' 문제가 나타날 수 있다는 점에 주목하며, 대리점의 비교판매 방식 개선 방향성을 제시하였다.[94] 이후 금융청은 '2016년 금융보고서'에서 승합대리점에 대한 모집 수수료 산정 시 모집의 '양'과 '질'을 함께 반영하여 고객들이 수용 가능한 합리적인 수수료 체계를 마련하는 것이 중요하다고 지적하였다.[95] 이 같은 원칙을 바탕으로 주요 보험회사들은 추가 보수를 폐지하고, 각 대리점의 모집품질을 평가한 후 그 결과에 기초하여 대리점별 판매 수수료를 차등화하게 되었다.

〈그림 Ⅳ-4〉 제일생명의 대리점수수료 산정 방식



자료: 김동겸·정인영(2020)

94) 金融審議会(2013)

95) 金融庁(2017); 금융보고서(金融レポートについて)는 일본 금융청이 2015년부터 매년 발표하는 보고서로, 전년도의 금융행정정책의 진행상황이나 실적을 평가한 후 다음 해의 금융행정방침을 정리하고 있음

보험대리점 수수료 체계 개편 이후, 모든 보험회사가 획일화된 대리점 업무평가방식을 적용하는 것이 아니라, 각 보험회사가 독자적으로 현행 대리점수수료 체계를 마련하고 있다. 각 보험회사의 '모집품질 평가지표'를 살펴보면, 일본생명의 경우 25회차 유지율, 전문자격증 보유, 고객전담조직 구축 여부 등을 반영하여 대리점 품질등급을 6단계로 구분하고 수수료를 차등화하고 있는데, 25회차 유지율이 85% 이상인 경우 최상위 등급을 부여하고, 80% 이상인 경우 타 지표와의 성과를 고려하여 A, B, C 등급을 부여한다. 또한, 계약품질 향상을 위해 특정 기간에 계약 체결이 집중되지 않도록 모집기간의 평준화 및 사무의 안정화 등 대리점의 안정적인 모집활동을 평가하고 있다.

한편, 메이지야스다생명은 모집인의 전문자격증 보유 여부, 고객의향파악의 적정성 검증 횟수, 고객불만족 건수 등을 기초로 품질수수료를 산정하고 있으며, 제일생명은 고객 중심 업무운영 방침, 모집품질 관리체제, 모집인 교육체계 확보, 취급상품 수, 가동률, 계약유지율 등을 반영하고 있다.

〈표 Ⅳ-9〉 주요 보험회사의 대리점수수료 산정 방식

구분	니폰생명 (日本生命)	메이지야스다생명 (明治安田生命)	다이이치생명 (第一生命)
판매 수수료 산출방식	기본보험금액×지급비율* *(대리점평가×안정활동)+품질등급	기본 수수료×업무품질계수	보험료×상품별 기본 수수료율× 품질수수료* * 품질활동계수+계약유지계수
기본 수수료	• 계약내용 및 상품 종류 • 증액 및 갱신	• 계약내용 및 상품 종류 • 대리점 평가요소: 판매량, 유지율	-
업무품질 평가 항목	• 대리점 평가 : 과거 모집액, 보험금, 가동월수(월 1건 이상) • 안정적 모집활동 : 모집기간, 정기적 가동 여부(5년 평가) • 품질등급 ① 자기점검(내부 품질관리) ② 25회차 유지율 ③ 고객 중심 업무운영 체계 ④ 전문자격증(FP) 보유 ⑤ 고객대응시스템 구축	• 경영관리 ① 고객 중심 업무운영 방침 평가 (Fiduciary duty) ② 내부감사 및 통제 ③ 자기점검 • 모집관리 ① 전문자격(FP) 보유 ② 고객의향파악의 적정성검증 횟수 ③ 고객불만족 건수	• 대리점 품질 평가 ① 고객 중심 업무운영 방침 평가 ② 모집품질 관리체제 보유 ③ 모집인 교육체계 확보 ④ 취급상품 수 ⑤ 네트워크 인프라 정비 : 비교·추천, 기존계약관리, 사후관리 ⑥ 안정적 모집활동: 가동률 ⑦ 계약유지 및 관리: 유지율 ⑧ 불만접수 건수 및 관리
수수료 차등	• 품질등급계수: 0.0~1.125	• 업무품질계수: 0.5~1.3	• 품질활동계수: 0.9~2.4 • 계약유지계수: 0.0~0.3

자료: 김동겸·정인영(2020)을 재구성함

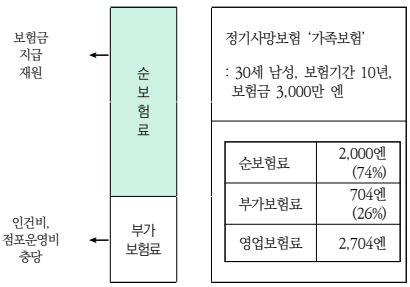
3) 사업비 공개

2006년 설립되어 2008년 영업을 시작한 라이프넷생명은 일본의 온라인 생명보험회사로, 일본 보험업계 최초로 부가보험료 내역을 공개하였다.[96] 일본의 대다수 보험회사가 영업직원의 인건비, 대리점 수수료 등 회사의 운영경비를 외부에 공개하는 것에 대한 거부감이 있는 상황에서 라이프넷생명의 이 같은 시도는 획기적인 것으로 평가받았다.[97]

라이프넷생명은 한정된 지점에서 소수 인력으로 인터넷을 기반으로 한 독자적인 판매망을 구축하여 사업비를 절감하고, 저렴한 보험료를 책정함으로써 회사의 경쟁력을 높이기 위한 전략을 구사하고 있다.[98] 특히, 온라인보험대리점인 '라이프넷 미라이 주식회사'를 MILIZE와 함께 자회사로 설립하고, 간편하게 고객이 자신의 정보를 입력하여 목적에 맞는 상품을 선택할 수 있는 시스템을 활용해 시장을 확대하고 있다.[99]

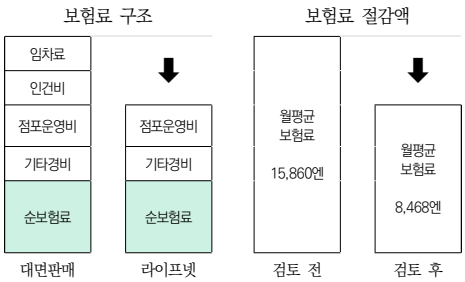
라이프넷생명은 '솔직하고, 알기 쉽고, 싸고, 편리하게'라는 경영목표하에, 회사 운영에 필요한 경비 등 부가보험료 내역을 2008년 공개했다. 대표 보험상품의 보험료에 운영경비가 어느 수준인지를 공개했으며, 소비자와의 상담을 통해 각 상품마다 그 내역을 공개하고 있다. 예를 들어, 30세 남성이 보험금액 3,000만 엔 정기사망보험에 가입할 경우 보험료 2,704엔 중 순보험료는 2,000엔, 부가보험료는 704엔이다(〈그림 Ⅳ-5〉 참조).

〈그림 Ⅳ-5〉 라이프넷의 보험료내역 공시 사례



자료: ライフネット生命保険株式会社 홈페이지

〈그림 Ⅳ-6〉 라이프넷의 차별화 전략: 가격경쟁력



자료: ライフネット生命保険株式会社 홈페이지

96) ライフネット生命保険株式会社(2008)
97) DIAMOND(2008. 12. 25), "出口治明 ライフネット生命社長インタビュ:私はなぜ生命保険の原価を開示したか"
98) 라이프넷생명의 경우 2022년 3월 말 기준 보유계약 건수는 50만 건 수준임
99) 라이프넷생명 온라인 홈페이지(https://www.lifenet-seimei.co.jp)

4) 판매자 보수 변경

가) 보수체계 변경: 고정급 제도 도입

일본 생명보험업계에서는 영업직원 급여체계를 고객 대응을 보다 중요시하는 형태로 개편하려는 움직임을 보이고 있다. 이는 건강증진이나 노후자산 형성 등 다양해지는 고객요구에 보다 세심하게 대응하기 위한 것으로, 그 핵심은 판매자에 대한 급여안정화 조치로 볼 수 있다.[100)]

예를 들어, 메이지야스다생명(明治安田生命)은 2023년부터 전월 판매 실적에 따라 매월 변동하는 구조인 현재의 영업직원 급여체계를 폐지하고 1년간의 실적이나 근무태도 등을 기초로 한 고정급 형태로 전환했으며, 매월 판매실적은 상여금에 반영하고 있다. 기존 영업직원 급여의 경우 계약 등의 상황에 따라 변화하는 비례보수가 전체의 30%를 차지하였으나, 이를 전액 고정급으로 전환한 것이다. 이는 판매자들이 단기적인 영업실적에 얽매이지 않고 보다 장기적인 관점에서 고객관리를 강화할 수 있도록 영업조직을 운영하고자 한 것으로 볼 수 있다. 즉, 사후관리서비스나 유지율 등을 영업직원 평가에 반영함으로써 판매자 급여를 안정화하고 영업직원이 안심하고 오랫동안 일하도록 유도하고 있다.

또한, 영업직원의 호칭도 MY링크 코디네이터(MYリンクコーディネーター)로 변경하고, 고객중심 영업을 실천하고 있다고 평가한 영업직원에게는 'Advance'라는 자격을 부여해 이를 급여에 반영한다. 아울러 지방자치단체와 함께 실시하는 건강상담이나 암 검진 공지 등 지역사회의 건강증진과 연계된 활동을 판매자 평가에 포함하고 있다. 이는 지금과 같은 100세 시대에 이 같은 부문에서 소비자로부터 신뢰를 얻는 것이 회사의 발전으로 이어질 수 있다는 시각에서 출발한 것으로 볼 수 있다.

한편, 일본생명도 2023년부터 보험계약 유지율이나 계약자 상담 대응실적 등을 포함한 판매자 평가제도를 새롭게 마련해서, 이를 판매자 급여에 반영하고 있다. 스미토모생명의 경우는 영업직원 채용을 연중 채용에서 분기 채용으로 변경하고 직원교육에 집중함으로써 판매자의 정착률 개선 효과를 거두고 있다. 즉, 영업직원 교육을 내실화함으로써 영업실적 향상으로 이어지고 그 결과 급여가 안정화되어 이직률이 하락한 것으로 보고 있다.

---

100) NHK(2022. 2. 20), "生命保険業界の給与体系 販売実績より顧客対応重視に見直しへ"; DIAMOND(2022. 2. 28), "日本生命が営業職員制度改革へ始動、清水博社長に聞く新制度「ニッセイまごころマイスター認定制度」の中身"

나) 판매자 채용방식 변화: 소수정예·전문화

일본의 대형 생명보험회사들은 최근 영업직원의 신규채용을 줄이는 경향을 보이고 있다.[101] 예를 들어, 제일생명은 2021년부터 채용 빈도를 연 12회에서 4회로 변경하였고, 새로운 적성검사를 실시하는 등 채용기준을 보다 엄격히 적용하고 있다. 이에 따라 2013년부터 2019년도 사이 매년 6,000~8,000명에 이르던 채용인원은 향후 3,000~4,000명 수준으로 줄어들 전망이다. 또한 경력자 채용을 위해 전직 경험을 통해 높은 능력을 발휘할 수 있다고 판단되는 신입 판매자에 대한 급여를 일반코스의 2배 이상으로 높였다. 한편, 매년 채용규모가 1만 명에 달하던 일본생명도 2021년부터 채용 목표치를 없앴으며, 각 대리점에 대한 실적평가에서 직원 정착률에 대한 평점 비중을 높였다.

이와 같은 영업직원에 대한 채용 방식 변화는 대량 채용 이후 많은 이직자가 발생하는 현재의 시장 상황을 개선하기 위한 조치로 볼 수 있다. 〈표 Ⅳ-10〉에 제시된 바와 같이 일본의 생명보험회사 영업직원의 2년차 정착률은 회사에 따라 큰 차이를 보이고 있으나, 영업직원 중 다수가 진입 초기에 이탈하고 있는 상황이다.[102] 즉, 단기간에 미경험자를 육성하고 엄격한 판매목표를 부과하면서 계약 건수를 늘리는 영업관행이 많은 이탈자를 발생시켜왔다고 볼 수 있다.

특히, 이 같은 판매자의 빈번한 교체가 보험계약자의 불만으로 이어지면서, 보험회사는 영업직원의 연수 및 육성을 충실히 하여 정착률을 높이기 위한 방안을 모색하고 있다. 예를 들어, 제일생명은 초기 연수기간을 기존 4개월에서 1년으로 연장하였으며, 신계약을 강요하는 급여체계를 수정하면서 입사 후 5년간은 단기 성적에 좌우되지 않도록 변경하였다. 일본생명의 경우도 일률적으로 2년으로 적용하던 육성기간을 각 직원의 성장도에 따라 최장 5년으로 연장하였다.

〈표 Ⅳ-10〉 일본 주요 생명보험회사의 설계사 정착률

(단위: %)

구분	일본생명	제일생명	명치안전	주우생명	부국	태양	대동	아사히
2년차	78	68	75	62	60	62	51	71
3년차	57	48	50	42	35	36	31	42

자료: 日本経済新聞(2021. 3. 30), “生保営業、大量採・歩合制見直し・6割離職の前提限界: 転機の生保営業㊤”

101) 일본의 주력 판매채널은 영업직원과 방카슈랑스로, 영업직원을 통한 신계약이 전체의 약 60%를 차지함

102) 日本経済新聞(2022. 6), “生保営業職の採用抑制第一は半減・日生は目標撤廃”

2. 수수료 규제의 영향과 논의

가. 영국의 RDR 시행의 영향

영국 금융감독청(Financial Conduct Authority)은 RDR(Retail Distribution Review) 시행 전·후 판매자의 상품 편향 감소 여부를 조사한 결과, 소매 투자상품에 대한 제3자 수수료 수수 금지 조치가 판매자의 상품 편향에 영향을 미쳤다고 평가하였다. 즉, RDR 시행 전·후로 수수료가 높은 상품의 판매가 감소하고 수수료가 상대적으로 낮은 상품 판매가 증가하였다. 가장 높은 수수료를 부과하는 투자형 상품 판매비중은 RDR 시행 전에는 50~60%였으나, RDR 시행 후 20%대로 감소하였다.[103)]

다만, FCA는 이 같은 판매상품 변화에 대해 신중한 해석이 필요하다고 언급하고 있다. 자문가들은 자문비용을 최대화하기 위해, 소비자가 지불할 용의가 있는 총비용에 대한 심리적 한계치, 가격민감도 등을 고려해 단순히 수수료가 더 낮은 상품을 추천할 수 있기 때문이다. 즉, 여전히 소비자에게 최선의 이익이 아닌, 단순히 고가상품에서 저가상품으로 판매자의 상품 편향이 전이될 가능성이 존재한다.

또한 FCA(2013)의 '판매유인 및 이해상충에 관한 조사'에 따르면, 상당수의 상품공급자와(Product Providers)와 자문회사(Advisory Firms)가 수수료와 동일한 효과를 갖는 금전이나 기타 혜택을 요구하거나 제공한다는 내용의 계약을 체결한 것으로 나타났다. 아울러 왜곡된 인센티브 구조가 수수료 금지 이후에도 자문비 청구와 관련하여 여전히 발생하는 것으로 조사되었다. 예를 들어 상당수 자문이 투자금액의 일정 비율에 기반하여 비용을 청구하는 구조로 이루어지고 있어, 자문가가 소비자에게 더 많은 금액의 투자를 권장할 유인이 존재하기 때문에 소비자의 최적 이익을 훼손할 가능성도 존재한다고 평가하였다.

한편 RDR 이후 투자상품 가격이 하락하는 추세를 보였는데, 이는 RDR 시행 이전보다 더 단순하고 저렴한 상품의 판매가 증가한 데 기인하는 부분이 크며 수수료 금지로 기존 상품가격이 하락했다는 결론을 내리기엔 충분하지 않다고 밝히고 있다.

---

103) Europe Economics(2014)

나. 네덜란드의 유인책 금지 영향

2018년 네덜란드 재정부의 평가자료에 따르면, 유인책 금지법은 중개인들이 소비자들에게 부적절한 상품을 권유할 유인을 없애는 데 효과적이었다. 즉 금융서비스 제공 방식이 상품 중심 판매에서 고객 중심 자문으로 변화하여, 상품이 단순화되고, 더 이상 수수료를 고려하여 상품이 개발되거나 제공되지 않는 것으로 평가받고 있다. 즉, 유인책 금지조치는 시장참여자들의 이해충돌을 줄이고 고객의 이익을 최우선시하는 데 기여했으며, 소비자들의 자문비용에 대한 인지도를 높이는 계기로도 작용하였다.[104]

다만, 제도 도입으로 자문의 질이 향상되었다고 평가받고 있으나, 제도 도입 이후 발생할 수 있는 몇 가지 문제들에 대해서도 주의가 필요하다는 의견들도 제시되었다. 우선 '수수료(Commission)' 금지로 인해 소비자가 자문서비스 접근에 제약을 받을 수 있다는 우려가 제기되었다. 또한 자문에 비용이 든다는 것이 명확해지면서 소비자는 자문의 필요성 여부에 대해 더 많은 의문을 갖고, 비용 절약에 더 많은 관심을 갖게 되었다는 점이 지적되었다. 이에 따라 소비자가 자신의 재정적 지식 부족을 충분히 인지하지 못하고, 낮은 가격에만 집중할 경우 올바른 결정을 내리기 어려워 주의가 필요하다고 보고 있다.

실제 조사결과를 보더라도 소비자는 자문비용을 과소평가하는 경향이 있었으며, 일반적으로 더 저렴한 서비스를 선택하는 경향을 보인다. 또한, 소비자는 금융서비스 제공업체를 매우 제한적으로만 비교하는 것으로 나타났다. 소비자들은 서비스 제공자를 선택할 때 주로 인터넷, 가족, 친구로부터 얻은 정보를 기반으로 하며, 서비스 품질에 대한 통찰력도 제한적이었다. 고객에게 자문과 관련하여 제공되는 문서도 제한적인 역할을 하는 것으로 보고되었다. 이에 따라 감독당국에서는 소비자에게 제공되는 자문에 대한 신뢰도 및 투명성을 높이고 소비자가 체감하는 자문의 질을 제고할 필요가 있다고 보고 있다.

요컨대, 네덜란드의 유인책 금지 조치는 자문의 질 향상, 이해충돌 감소, 소비자의 이익을 위한 금융기관 간 경쟁 증가, 비용 효율적인 상품 유통과 같은 여러 가지 긍정적인 효과가 있지만, 이와 함께 수반되는 다양한 문제들이 있기 때문에 신중한 접근이 필요하다는 의견이 다수 제기되었다.[105]

---

104) '수수료(Commission)' 금지 조치가 시행되기 전에도 보수의 투명성을 촉진하기 위한 규정이 있었으나, 다수의 소비자가 자신이 받은 자문에 대해 간접적으로 비용을 지불하고 있었다는 사실을 인지하지 못하였음

105) Zakelijker verhoudingen(2018); Fred de Jong(2017)

우선 시장참여자들은 '자문 비용의 선지급'이 소비자가 자문을 받는 데 장애가 될 수 있다는 우려를 표명했다. 소비자의 자문비 지불에 대한 낮은 의향이 상품 자체에 대한 접근 감소로 이어져 보장 부족이나 역선택으로 이어질 수 있다. 또한 소비자가 자문 없이 상품을 구입할 경우 실제로 적합하지 않은 상품을 구입할 위험이 있다.

소비자가 자문 비용 지불 의향이 제한적인 것은 개인의 지불 능력보다는 지불할 용의가 없는 경우가 더 많다. 저소득가구를 대상으로 수수료(Commission) 금지에 따른 자문에 대한 접근성을 조사한 결과, 저소득층일수록 자문이 요구되는 복잡한 상품에 대한 수요가 낮은 것으로 나타났다. 즉 지불능력과 같은 재정적 문제로 자문에 대한 접근성을 상실하는 소비자는 상대적으로 적다는 것을 의미한다. 아울러 자문비를 분할 지불하는 선택권이 거의 없거나 제한적인 것도 낮은 자문 수요의 한 원인으로 지적됐다.

또한, 수수료(Commission) 금지 이후 소비자들의 자문을 받기 위한 시도가 줄어들었다. 소비자들이 자문에 대해 즉시 비용을 지불해야 할 것을 꺼려하는 동시에 비교사이트를 유용하게 활용하기 때문이다. 자문가 역시 고객의 지불의향이 제한적이라고 여겨, 자문이 완료되면 더 이상 가능한 추가 상품에 대한 정보나 조언을 제공하지 않는다. 또한 자문가들은 부정적인 자문을 소비자에게 제공하는 것을 꺼린다. 유지·관리 서비스와 관련해서도 지불하는 비용과 그에 따른 결과가 명확하지 않기 때문에 일반적으로 소비자들이 받아들이기 어렵다. 즉, 소비자와 자문가가 여전히 수수료(Commission) 기반의 'No cure, No pay' 원칙에 기초하여 생각하는 경향이 존재한다. 이는 자문 시장에서 소비자들의 수요 감소와 자문가들의 공급 감소로 이어졌다고 평가하였다.

한편, 소비자협회(European Consumer Organisation; BEUC)는 소비자에게 제공되는 자문의 질과 객관성에 부정적인 영향을 미칠 수 있는 유인책을 제한·금지시키는 것이 건전한 영업시장 운영을 위해 효과적일 수 있다고 주장한다. 소비자협회에서는 보험상품 판매자에게 제공되는 유인책이 보험상품 판매자가 높은 수수료를 수취하기 위해 소비자 입장에서 가장 적합한 상품이 아닌 부적절한 상품을 권유하는 동인으로 작용할 수 있음을 지적하고 있다. 한편, 네덜란드에서는 2013년 판매자에 대한 '유인책 제공 금지(Inducement Ban)' 규정을 제정하였고, 2018년 네덜란드 재무부 평가에 따르면 이러한 금지 조치가 중개인들로 하여금 소비자에게 적합하지 않은 상품을 권유하려는 유인을 제거하여 이해 충돌을 줄이고 소비자의 이익을 최우선 하는 데 기여했다고 평가하고 있다.

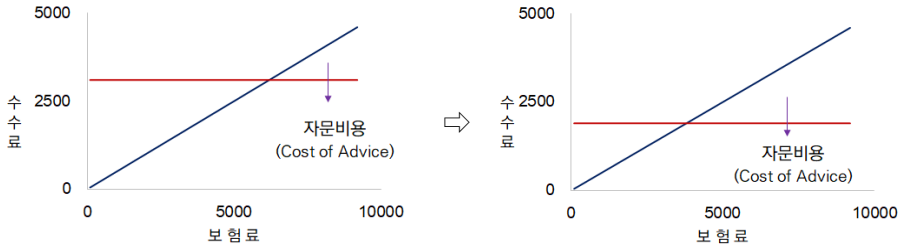
다. 호주의 생명보험 보수구조 개편 영향

1) 보험상품 수요·공급 측면

호주 정부는 2018년 생명보험 보수규정 개정을 통해 수수료가 실질적으로 감소하여 보험료 감소로 이어질 것으로 예상했다. 그러나 제도 개혁 이후 보험료는 오히려 상승한 것으로 평가받고 있다. 실제로 Zurich Australia(2019)는 고객들이 선취자문료(Upfront fee)보다는 수년에 걸쳐 자문비를 분할 납부할 수 있는 '수수료(Commission)' 방식을 선호한다는 연구 결과를 발표하였다. 한편, 환수규정의 경우 계약 해지 사유가 코로나19에 따른 경제적 어려움 등 계약자의 개인적 상황의 변화로 인한 경우가 많기 때문에 일괄적으로 적용하는 것은 문제가 있다고 지적했다. 또한, 생명보험 보수규정 개정으로 인해 전반적으로 생명보험 자문가의 수가 크게 감소했으며, 이는 생명보험 자문의 접근성을 낮추는 결과를 낳고 있다는 평가가 다수 존재한다.

예를 들어, 생명보험 자문을 제공하는 평균 비용이 3,000달러라고 가정했을 경우 60% 선취 수수료 수준에서 자문을 제공하려면 보험료는 5,000달러 이상이어야 하는데, 해당 수준의 보험료 지불이 가능하지 않은 고객에 대해서는 판매자가 자문 제공을 중단하게 된다. 이는 결국 수수료 한도를 높이거나 자문비용을 줄이는 것으로 대응할 수밖에 없다. 그렇지 않다면 결국 자문의 질이 하락하고 생명보험 가입자 수가 감소하는 보장 부족 현상이 발생하게 된다. 특히 상대적으로 보험료 지불 여력이 떨어지는 젊은 가입자가 줄어들어 보험단체 규모가 감소하고 장기적으로 보험산업에 부정적 영향을 미칠 가능성이 있다.[106]

〈그림 Ⅳ-7〉 생명보험 보수규정 개정의 영향



자료: ASIC(2022)

106) Australia Government(2022)

〈표 Ⅳ-11〉 자문 보험계약 건수의 변화

(단위: 천 명, %)

구분	2018. 12	2020. 6	2021. 6	2021. 12	누적변화율
사망보장	1,994	1,717	1,653	1,621	-18.7
영구장애	1,177	996	968	972	-17.4
트라우마	826	792	768	752	-9.0
소득상실	911	847	816	805	-11.6

자료: ASIC(2022); FPA(2022)

한편, 호주 수수료 체계 개편을 통해서 해지율과 승환문제가 개선될 것으로 기대하였으나, 해지율과 승환문제는 과거에 비해 크게 개선된 것으로 나타나지는 않고 있는 것으로 보고되고 있다. 재무설계사가 답변한 2019년의 보험해지율과 보험계약 승환율은 각각 9%, 11%로 규정 시행 이전 2016년에 비해 3%p 증가한 것으로 나타났다(ASIC 2020).

2) 최근 동향: 자문의질 개선을 위한 논의

호주는 2013년 FOFA(Future of Financial Advice) 개혁을 단행하며 판매자와 소비자 간 이해상충적인 보수를 금지했다. 일반적으로 '상충되는 보수'란 소매 고객에게 제공되는 금융상품 자문에 영향을 미칠 수 있는 혜택을 의미한다.[107] 이때 자문은 일반(General) 자문과 개인(Personal) 자문[108]을 모두 포함한다. 이에 따라 보험회사는 소매 고객에게 금융상품 자문을 제공하는 자문가 또는 공인 대리인에게 상충되는 보수를 제공해서는 안되며, 자문가는 상충되는 보수를 받거나 그 대리인이 상충되는 보수를 받지 않도록 합당한 조치를 취해야 한다. 이는 자문가가 보험회사로부터 인센티브(보수 및 기타 혜택)를 제공받을 때 발생하는, 자문가와 고객 이익 사이의 갈등을 제거하기 위함이다. 이러한 갈등을 제거함으로써 자문가는 고객의 최선이익을 위해 자유롭게 행동할 수 있으며 더 나은

107) Department of the Treasury(2022)

108) 개인자문은 자문제공자가 고객의 목표, 필요 또는 재정상황 중 하나 이상을 고려하거나, 합리적인 사람이라면 자문제공자가 이러한 사항을 하나 이상 고려했다고 예상할 수 있는 경우에 제공되는 금융상품 자문을 의미함. 최근 재무부의 변경 제안된 개인자문의 정의는 금융상품(또는 금융상품 종류)에 대해 고객에게 추천사항이나 의견으로 자문이 제공되는 시점에 자문제공자는 고객의 목표, 필요 또는 재무상황에 대한 정보를 보유하고 있어야 함. 즉, 자문제공자가 소비자의 상황을 고려하는 것뿐만 아니라 소비자의 상황과 관련된 정보를 보유하고 있다면 개인자문으로 간주됨

품질의 자문을 제공할 수 있다고 본다. 이러한 상충되는 보수 금지 조치는 2013년 7월 이후 체결 계약에 대해 의무화되었다. 단, 생명위험보험, 손해보험 및 소비자 신용보험에 대해 상충되는 보수 금지 면제조항을 두었는데, 해당 상품의 경우 일정 조건을 충족할 경우 상충되는 보수가 계속 지급될 수 있음을 의미한다.[109]

한편 FOFA 개혁 이후 2014년 ASIC가 발표한 생명보험시장 분석보고서에서는 이러한 생명보험업계의 상충되는 보수가 재정 자문의 질에 부정적인 영향을 미친다고 경고하였다. 그리고 이에 대한 대응으로 2018년 생명보험상품의 불완전판매를 줄이고 유지관리서비스 질 개선을 위해 LIF(Life Insurance Framework) 개혁을 단행했다. LIF 개혁은 자문가에게 불필요한 상품 변경을 유발할 수 있는 인센티브를 제공하는 높은 선취 수수료의 위험을 식별하고, 이러한 위험을 감소시키기 위해 수수료 상한을 지정하고 환수규정에 따라 분급수수료를 지급하는 것을 골자로 한다. 즉 상충되는 자문으로 인한 소비자 피해를 완화하고 선취 자문비용을 낮게 유지함으로써 계약유지율을 높이기 위함이다.

이러한 보수체계에 대하여 재무부가 2022년 3월부터 시행하고 있는 Quality of Advice Review에서는 왕립위원회(Financial Service Royal Commission)의 권고에 따라 생명보험 수수료 상한을 궁극적으로 0으로 수렴시키는 방안과 손해보험, 소비자신용보험, 그리고 기타 비금전적 혜택 관련한 상충되는 보수금지 면제조치가 정당한지 여부에 대한 검토가 이루어지고 있다.[110] 2022년 11월에 발표된 검토 보고서에 따르면, 자문가가 금융상품 자문에 합리적으로 영향을 미칠 가능성이 있는 혜택(수수료 등)을 받는 경우 잠재적인 이해충돌이 있음을 명시적으로 인정하지만, 고객에게 공개하고 서면 동의를 받는다는 조건으로 유지할 필요성이 있다고 밝히고 있다. 즉, 자문가가 보험회사로부터 커미션 및 기타 혜택을 받고 있다는 사실을 공개하고 이러한 사실을 피보험자가 알고 있음을 서면을 통해 동의할 경우 소비자가 정보에 입각한 결정을 내릴 수 있다고 보았다. 또한 기존의 수수료 모델은 중개인의 이해상충으로 인하여 고객이 자문비를 직접 지불했을 때보다 양질의 자문을 받지 못할 위험을 초래한다는 점을 인정하지만, 최근의 여러 가지 법률 변경으로 인해 해당 위험이 감소했다고 주장하고 있다. 즉, 소비자가 원치 않는 보험상품 판매금지(Anti-hawking), 부가보험에 대한 이연 판매 의무, 소비자 중심 상품설계 및 유통 의무, 신용보험에 대한 수수료 상한 등을 자문의 질 향상에 영향을 미친 규제로 언급하였다.

109) Department of the Treasury(2022a)

110) Department of the Treasury(2022b)

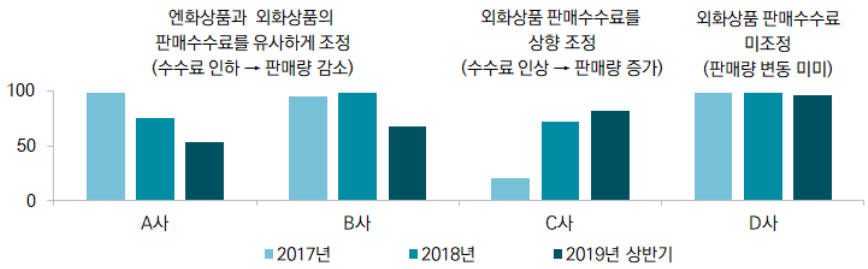
라. 일본 금융청의 판매자 보수구조 변경 논의

일본 금융청은 '2016년 금융보고서'에서, 승합대리점에 대한 모집 수수료 산정 시 모집의 '양'과 '질'을 함께 반영하여 고객들이 수용가능한 합리적인 수수료 체계를 마련하는 것이 중요하다고 지적하였다.[111] 그 일환으로 보험대리점에 대한 수수료 결정 시 '판매량' 외에 고객응대나 사후관리 서비스를 함께 고려할 필요가 있다고 지적하였다.

한편, 2017년 9월 금융청과 손해보험협회 간 의견교환회를 통해 금융청은 모집 수수료 체계의 경우 보험회사와 보험대리점 간 민간 위탁계약으로, 운영 방향성은 당사자 간 협의가 무엇보다 중요함을 지적하였다. 이후 2017년 12월 생명보험협회는 '보험 모집인 체제 정비에 관한 지침'을 발표하면서 보험회사가 승합대리점에 대해 모집 수수료와 별도로 지급하던 '추가 보수'를 자제하도록 독려하였으며,[112] 2018년 이후 일부 생명보험회사들을 중심으로 보험대리점에 대한 수수료 체계를 개정하고, 이를 정기적으로 공개하고 있다.

한편, 금융청은 고객 중심의 금융상품 및 서비스 경쟁을 촉구하기 위해 금융기관의 고객 중심 업무운영 원칙 이행 및 대응상태를 주기적으로 평가해오고 있는데, 그 과정에서 2020년 7월 발표된 모니터링 보고서에서 금융회사 수수료 체계 문제점이 부각되었다(金融庁 2020). 금융청이 투자신탁 등 판매회사를 대상으로 모니터링을 실시한 결과, 상품별 수수료 변경에 따라 상품별 판매량이 크게 변화하는 현상이 나타나자, 고객보호를 위해 자문료(Fee)의 도입 등 인센티브 구조 개편 검토가 필요하다고 밝혔다.

〈그림 Ⅳ-8〉 판매 수수료 변경 후 외화보험상품 판매량 변화



주: 외화상품 판매량을 지수화한 후, 판매자수수료 체계 변화에 따른 (연도별) 외화상품 판매량 변화를 살펴봄
자료: 金融庁(2020)

111) 金融庁(2017)
112) 生命保険協会(2017)

3. 소결

해외 주요국의 모집 수수료 관련 제도 동향을 살펴본 결과, 수수료의 투명성 및 적정성 확보, 모집시장에서의 공정경쟁 유도, 모집시장 참여자들의 이해상충 문제 해소를 위해 다양한 제도가 운영되고 있으며, 다음과 같은 특징을 보이고 있다.

먼저, 수수료 한도규제를 시행하는 국가들이 다수 존재하나 보험상품에 있어 총량규제를 시행하고 있는 국가는 찾기 힘들고, 계약 초기 특정 기간에 한해서 수수료 상한을 설정하고 있다는 점이다. 다만, 건강보험과 퇴직연금 등 공익성이 담보된 상품에 대해서는 수수료 한도를 설정하고 있는 경우가 존재한다. 또한, 해외 주요국들은 수수료 투명성 제고를 위해 공시를 강화해 오고 있다. 특히, 네덜란드, 영국 등은 수수료 투명성 확보를 위해 보험회사나 판매자 측면에서의 보험료 지급 방식이 아닌 소비자가 실제로 체감할 수 있도록 자문료를 도입하였다.

한편, 유럽에서는 판매자와 소비자 간의 이해상충 문제 해소를 위해 수수료(Commission)를 금지하고 자문료(Fee)를 도입 추세에 있으나, 최근 들어 수수료 금지에 따른 문제점을 들어 제도 시행을 반대하고 있는 사례가 늘고 있다. 또한, 국내 보험 모집시장과 시장구조가 유사한 일본의 경우 민간의 경영자율성 확보 차원에서 자율규제가 활성화되어 있는 특징을 볼 수 있었다. 끝으로, 모집 수수료 규제의 영향평가를 보면 직접적인 수수료 규제로 인한 부정적인 효과를 우려하는 견해들도 다수 존재한다.

〈그림 Ⅳ-9〉 해외의 모집 수수료 규제에 대한 평가와 영향

긍정적 효과	부정적 효과
① 판매자와 소비자 간 이행상충 문제 해소	① 서비스의 질 하락
② 모집시장의 정보비대칭 문제 완화	② 가격(수수료) 중심 의사결정
③ 불완전판매·불공정 거래 억제	③ 금융상품 수요 저하