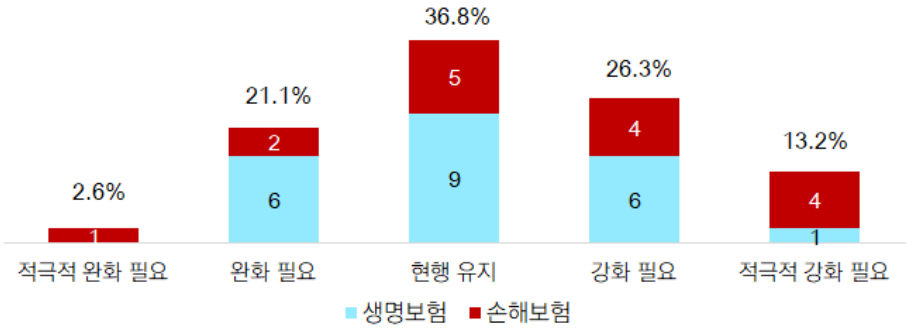
V 결론 및 과제

모집조직 운영은 모집규제의 영향을 크게 받는 특성이 있는데, 그 동안 금융감독당국에서 추진·시행해 온 다양한 모집규제에 대해 이해관계자마다 체감하고 개선 필요성에 대해 느끼는 바는 차이를 보이고 있다. 예를 들어, 보험회사 CEO를 대상으로 한 보험연구원의 설문조사를 보면, 2021년 개편된 모집 수수료 체계에 대한 평가는 '현행 규제 수준이 적당하다(응답자의 36.8%)'는 의견이 가장 많은 가운데, 규제강화 의견과 규제완화 의견 중 어느 한쪽으로 쏠려서 나타나고 있지는 않다. 이는 수수료 규제에 대한 모집시장을 둘러싼 이해관계자들의 평가 및 인식이 각 보험회사의 전속채널 보유 여부, GA 채널에 대한 매출 의존도 등에 따라 상이하게 나타나는 것으로 볼 수 있다. 한편, 보험산업 전 반에 걸쳐 제판분리가 확산되면서 보험대리점(GA)에서는 보험회사 전속조직과 보험대리점의 사업모형 차이를 들어 수수료 규제 개선 필요성을 제시하는 의견 또한 제시되고 있다.

본 장에서는 보험 모집 수수료 체계에 관한 앞선 국·내외 논의를 바탕으로 현재의 모집규제에서 개선이 필요한 사항과 고려해야 할 사항을 살펴보고, 본 연구에서의 한계점과 향후 심층적인 연구가 필요한 사항들에 대해 논의하고자 한다.

〈그림 V-1〉 모집 수수료 제도에 대한 인식 차

(단위: %, 개)



자료: 김세중·김유미(2022)

1. 개선 필요사항

현행 보험 모집 수수료 관련 규제는 직접규제와 간접규제가 모두 존재하고 있다. 과거에는 신계약비 이연한도나 해지환급금 수준 등을 통해 간접적으로 규제하는 방식을 적용해 왔으나, 2021년 초년도 모집 수수료 규제를 통해 직접규제를 강화하고 있다고 볼 수 있다. 그 밖에도 수수료 공시규제 및 보험업계를 중심으로 한 자율규제 등도 일부 시행 중에 있다.

다만, 현행 모집규제상에서도 체계하에서 제도 적용에 있어 불명확한 부분이 일부 존재하여 검토의 여지가 있어 보인다. 예를 들어, 보험회사가 전속 설계사 또는 GA에 대해 지급하는 판매 수수료에 대해서는 초년도 모집 수수료 규제(1,200% 룰)가 적용되나, GA가 소속 설계사에 대해 판매 수수료를 배분할 때 해당 규제가 적용되는지 여부가 불분명하다. 이는 보험업감독규정 제4-32조는 규제 대상을 '보험회사'로 명시하고 있기 때문이다.

또한, 초년도 모집 수수료율 규제(1,200% 룰)가 보험계약 체결 후 1차년도에만 적용되며, 현재 수수료 지급한도 및 지급 방식에는 규제가 없기 때문에, 분급규제를 보완하지 않을 경우 해당 규제의 순기능이 제한되고 단순히 수수료 지급시기만 이연되거나 수수료 총액이 증가하는 문제가 발생하기도 한다. 한편, 모집 수수료 관련 공시에 있어서 판매채널이나 상품별로 규제가 차등적으로 설정되어 있어 소비자들의 수수료 정보의 비교가능성 측면에 있어서도 검토할 여지가 있어 보인다.

해외의 모집규제 동향을 살펴보면, 수수료 한도 규제를 시행하는 국가들이 다수 존재하나 보험상품에 있어 총량규제를 시행하고 있는 국가는 찾기 힘들고, 계약 초기 특정 기간에 한해 수수료 상한을 설정하고 있다는 점이다. 다만, 건강보험과 퇴직연금 등 공익성이 담보된 상품에 대해서는 수수료 한도를 설정하고 있는 경우가 존재한다. 결국 원가산정의 어려움으로 인한 적정 한도 비율 도출의 어려움, 수수료 규제로 인한 서비스의 질 하락, 소비자들의 수수료 중심 의사결정의 폐해, 금융상품 수요 저하, 기업의 경영자율성 침해 등을 고려하여 제한적으로 시행하고 있는 것으로 보인다. 더욱이 일부 국가에서는 수수료 한도 규제를 시행이후 시장 상황을 고려하여 한도 규제를 폐지하는 사례도 나타나고 있다.

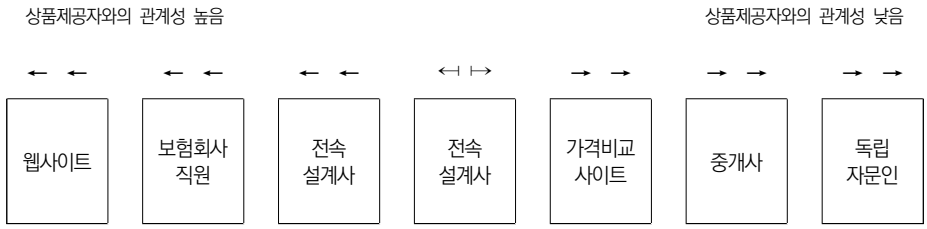
한편 해외에서는 모집 수수료 체계를 보험회사가 모집인에게 지불하는 방식이 아닌 소비자가 판매자에게 지급하는 자문료(Fee) 방식으로 전환하는 사례가 늘고 있으며, EU는 보험상품 판매가 고객이익에 부합하고 관련 정보가 투명하게 공개될 수 있도록 2018년 10월부터 EU 내 모든 보험회사 및 보험상품 판매회사를 대상으로 보험상품 판매지침

(Insurance Distribution Directive; IDD)을 시행하고 있다(김동겸 2022; 양기진 2022).[113] 특히, 판매자가 고객으로부터 직접 지급받은 자문료는 경우 항목 유형, 산정기준, 금액을 공개해야 하고, 정확한 금액 공개가 불가능할 경우 산정방식으로 대체하도록 규정하고 있다.[114] 한편, 보험 판매인이 보험회사로부터 지급받는 판매 수수료 항목유형 및 기준을 공시하며, 금액공시 의무는 별도로 적용하지는 않고 있다.

소비자, 보험회사, 판매자 등으로 구성된 모집시장에서의 정보비대칭 문제는 영업경쟁이 심화되면서 여러 부작용을 낳고 있다. 특히, 보험회사나 판매자가 비대칭적 정보를 이용하여 소비자보다는 본인의 이익을 우선시하여 고객에게 적합하지 않은 상품을 권유할 수 있는 것이다. 보험상품 가입 과정에서 상품에 대한 정보나 모집 수수료에 관한 정보[115] 등이 적절히 공개되지 않는 상황에서는 판매자와 소비자의 이해상충 문제 해소가 어려워 시장실패가 발생할 소지가 크기 때문에 효과적인 정보제공 방식에 대한 검토가 필요하다.

또한, 현재의 금융기관보험대리점에 대한 수수료 공시와 더불어 플랫폼을 통한 보험상품 비교·추천 서비스 시행에 따라 수수료 공시제도도 시행될 예정이기 때문에, 대리 수준이나 모집시장에서의 영향력 등 각 판매채널별 특성과 판매채널 간 형평성 문제 등을 고려하여 제도 개선이 필요한지도 검토해 볼 필요가 있다.

〈그림 V-2〉 판매채널 유형별 보험회사 대리 수준



자료: OXERA(2023)

113) Directive (EU) 2016/97

114) IDD 제119조 1항((d), (e)), 2항

115) 사업비 공시규정과 관련하여 현행 감독규정상 저축성보험에서의 보험계약 체결비용을 보험료 총액에 대한 비율로 기재하도록 함. 한편, 금융기관보험대리점은 보험회사에 적용되는 모집 수수료율을 모집창구와 인터넷 홈페이지에 공시해야 하고, 보험회사는 모집을 위탁한 금융기관보험대리점 등의 모집 수수료율을, 보험협회는 전체 금융기관보험대리점 등의 모집 수수료율을 각각 비교·공시해야 함(보험업법시행령 제40조 제8항). 이때의 모집 수수료율은 보험계약 1건당 예정된 모집 수수료를 보험료로 나눠 산출한 것으로, 모집 수수료 개념으로 보험회사가 금융기관보험대리점에게 보험 판매의 대가로 지급하는 총 수수료를 사용함(양기진 2020)

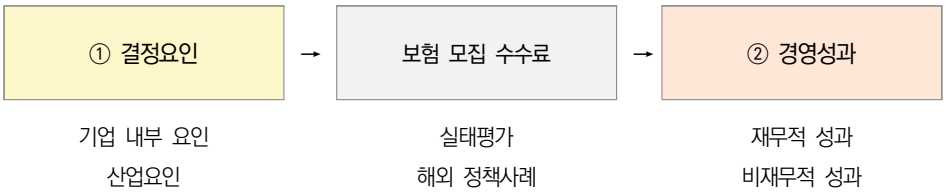
2. 향후 연구과제

본 연구에서는 국내 보험산업의 모집 수수료 관련 제도 및 수수료 운영체계의 특징, 수수료와 모집시장에 대해 평가하였다. 이에 더해 해외의 모집 수수료 관련 제도 동향을 통해 규제동향 및 그 특징을 파악하고 국내 보험산업에 시사점을 제공하고자 하였다.

이와 같이 본 연구에서는 보험 모집 수수료를 둘러싼 다양한 논의를 진행하고자 하였으나, 여전히 엄밀히 규명되어야 할 부분들이 산적해 있다. 연구 범위 측면에서 볼 때 본 연구는 보험 모집 수수료와 관련해서 운영 실태와 더불어 현행 수수료 체계가 모집시장에 미치는 영향에 대한 논의에 집중하고 있다. 또한 현행 모집 수수료체계가 가지는 문제점 및 보험산업에 미칠 수 있는 효과에 대해 자료구득의 한계로 산업집계 수준의 자료를 통해 개략적으로 언급을 하고 있으나 엄밀한 분석이 이루어지고 있다고 보기 힘들다.

향후 판매자 보수구조에 대한 미시자료를 활용하여 모집 수수료가 회사의 재무적·비재무적 성과에 미치는 영향에 대한 보다 엄밀한 검증이 이루어진다면 보험회사 또는 보험산업의 수수료 중심 영업관행으로 부터의 변화를 촉발할 수 있는 근거로 활용 가능할 것이다.

또한, 소비자 또는 보험계약자 대상 설문조사를 통해 공표된 통계자료로 파악하기 어려운 수수료에 대한 인식 및 평가가 이루어질 필요가 있다. 예를 들어, 소비자들의 현행 수수료 수준에 대한 평가, 수수료 공시에 대한 인지 수준, 최대 지불 가능한 수수료 수준, 보험상품 가입 과정에서의 고려 요소 등을 통해 수수료에 대해 다각도로 검토해볼 필요가 있다.

한편, 현행 모집 수수료 체계에 영향을 미치고 있는 근본적인 요인에 대한 평가가 이루어진다면, 이에 대한 적절한 관리를 통해 모집시장에서 발생하고 있는 문제를 해결하는 데 도움을 줄 수 있을 것으로 생각된다.

〈그림 V-3〉 보험 모집 수수료의 결정요인과 그 효과