

연구조사자료 2008-4

주요국의 보험상품 판매권유 규제

-투자형보험과 비투자형보험 비교를 중심으로-

2008. 3

이상우

보험연구원

머 리 말

세계적으로 금융의 겸업화와 통합화가 진행되면서 금융상품과 금융업종별 영역이 모호해지고 복합금융상품이 등장함에 따라 금융업종별 규제로 인한 규제의 차이 발생(Regulatory arbitrage)과 금융소비자 보호의 한계가 나타나고 있다. 이에 선진국들은 종전의 금융업종별 규제 체계로 인한 한계를 극복하기 위한 가장 유력한 방안으로 금융관련 법률의 통합화를 추구하고 있다. 대표적인 국가인 영국과 호주, 일본은 금융관련법의 통합을 완료하였거나 부분적인 통합 방식을 추진하고 있다. 우리나라는 금융규제의 차이 발생으로부터 금융소비자를 보호하기 위하여 자본시장통합법을 제정하였으며, 금융소비자 보호를 전문화한 금융상품판매법의 제정을 추진하고 있다. 자본시장통합법은 금융투자업과 관련된 법률을 통합한 법률로서 일본의 금융상품거래법과 기능적으로 매우 유사한 법률이다. 그러나, 일본의 금융상품거래법은 예금과 보험상품을 규제의 대상에서 제외하는 방식을 채택하여 자본시장통합법과 다소 차이가 있다. 이처럼 선진국에서 먼저 제정하기 시작한 통합금융법은 금융소비자를 보호하는 데 공통의 목표를 두고 있지만 그 국가가 직면한 금융환경 및 제도의 수준에 따라 소비자 보호를 하고 있다.

이에 이 보고서는 우리나라 보험산업에 맞는 선진화된 판매권유 규제를 모색하기 위해 투자형보험과 비투자형보험에 대한 주요 국가들의 판매권유 규제를 비교하여 국가별 특징을 분석하였다. 이 보고서가 보험회사의 소비자 보호 전략 및 정책당국의 정책 수립에 좋은 자료로 활용되기를 기대하고, 이 보고서에 수록된 내용은 연구자 개인의 의견이며, 우리 원의 공식 견해가 아님을 밝혀 둔다.

2008년 3월

보 험 연 구 원

원 장 나 동 민

목 차

요약	9
I. 서론	33
II. 국내 보험상품의 판매권유 규제	36
1. 판매권유 규제의 법적 체계	36
2. 자본시장통합법의 판매권유 규제	38
3. 보험업법의 보험모집 규제	44
III. 주요국의 투자형보험 판매권유 규제	55
1. 미국	55
2. 영국	65
3. 일본	76
IV. 주요국의 비투자형보험 판매권유 규제	89
1. 미국	89
2. 영국	96
3. 일본	102
V. 주요국의 비교 분석	118
1. 판매권유 규제 근거법의 체계 비교	118
2. 투자형보험의 판매권유 규제의 비교	120
3. 비투자형보험의 판매권유 규제의 비교	127

VI. 시사점 및 결론	133
--------------------	-----

참고문헌	140
------------	-----

<표 차례>

<표 II-1> 보험 관계법의 주요 영업행위규제 개요	37
<표 II-2> 자본시장통합법의 기능별 영업행위규제 유형	39
<표 II-3> 투자형보험에 대한 영업행위규제	40
<표 II-4> 자본시장통합법의 투자자별 공통 영업행위규제	41
<표 II-5> 모집종사자의 권한	44
<표 II-6> 보험모집관련 자격 및 금지규정	46
<표 II-7> 단계별 보험안내자료 제도	49
<표 II-8> 보험안내자료 세부 기재사항	50
<표 II-9> 보험광고에 관한 법률 및 규제근거	52
<표 III-1> 미국 NAIC의 주요 보험모집규제 모델명	56
<표 III-2> 미국의 변액보험 근거법과 감독주체	58
<표 III-3> 미국의 변액보험 판매시 필수 보험안내자료	61
<표 III-4> 미국의 적합성 원칙 도입 현황	63
<표 III-5> 영국에서 적합성 원칙의 법률적 근거와 도입 경과	73
<표 III-6> 광고방식의 유형과 주요 매체	75
<표 III-7> 일본의 보험소비자 보호 관련 주요법률 내용 비교	78
<표 III-8> 보험업법의 금융상품거래법 준용사항	82
<표 III-9> 일본에서 적합성 원칙의 법률적 근거와 도입 경과	84
<표 IV-1> NAIC의 생명보험 및 연금의 광고모델규칙의 개요	95
<표 IV-2> 생명보험의 일반적 광고행위 규제	96
<표 IV-3> 보장성상품의 보험계약 개요서기재내역	98
<표 IV-4> 보험모집관련 자격 및 금지규정	104
<표 IV-5> 일본의 방카슈랑스 단계별 시행 일정	105
<표 IV-6> 보험모집 제한처의 보험모집 금지 범위	107
<표 IV-7> 중요사항 설명 정보제공 체계	110

<표 IV-8> 의향확인서 작성 및 교부 절차	114
<표 IV-9> 일본 손보사의 의향확인서 주요 기재내용	116
<표 V-1> 주요국의 통합금융법상 투자형보험 포함 유무 비교	119
<표 V-2> 국가별 보험상품에 대한 법적 근거 및 규제주체 비교	120
<표 V-3> 주요국 투자형보험의 주요 영업행위규제 비교	121
<표 V-4> 일반계약자와 전문계약자의 비교	122
<표 V-5> 투자형보험의 계약체결전 설명자료 국가별 비교	123
<표 V-6> 투자형보험의 국가별 적합성 원칙 적용방식 비교	125
<표 V-7> 주요국의 비투자형보험의 주요 영업행위규제 비교	128
<표 V-8> 비투자형보험의 계약체결전 설명자료 국가별 비교	130
<표 V-9> 비투자형보험의 국가별 적합성 원칙 적용방식 비교	131

요 약

I. 서론

- 금융의 겸업화와 통합화가 진전되고 금융상품과 금융기관간의 영역이 모호해지면서 선진기법의 다양한 금융상품의 개발 및 판매가 확산되고 있음.
 - 선진국은 금융겸업화와 다양한 금융상품의 등장으로부터 금융소비자를 보호하기 위해 통합금융법의 제정과 판매권유 규제^{*}의 개선을 병행하고 있음.
 - 우리나라는 자본시장통합법에서 금융투자자를 보호하기 위해 공통의 영업행위규제를 도입하였으며, 향후 은행 및 보험상품에 대한 판매행위와 소비자 보호규제를 통합한 금융상품판매법을 제정할 예정임.
 - 금융관련 법률의 통합화 방향에 맞추어 국제적 정합성에 걸 맞는 보험상품의 판매권유 규제와 소비자 보호규제가 필요함.
 - 이에 이 보고서는 주요 국가들의 보험상품에 대한 판매권유 규제의 입법 사례를 조사하고 국제적 정합성과 국가별 차이를 비교함.
 - 보험상품의 판매권유 규제를 투자형상품과 보장성상품으로 구분하고, 주요 국가들의 입법체계와 자본시장통합법이 요구하는 공통의 판매권유 규제^{*}를 중심으로 입법례를 분석하여 시사점을 찾고자 함.
- * 투자자 구분, 설명의무, 적합성 원칙, 고객의 특성 파악 의무 (know-your-customer-rule: 이하 NYC Rule), 불초청 권유·재권유 금지(보험은 적용제외), 광고 규제, 기타 모집규제

II. 국내 보험상품의 판매권유 규제

□ 판매권유 규제의 법적 체계

- 보험상품의 판매권유규제는 상법과 보험업법에 근거하며, 기타 공정거래법, 소비자보호법, 약관규제법, 전자상거래법, 표시·광고법, 신용정보이용법, 자본시장통합법 등의 행위규제가 적용

□ 자본시장통합법의 영업행위규제

- 2009년 2월에 시행될 자본시장통합법은 금융투자업 관련 법률을 통합하여 기능별 규제방식을 채용한 법률로서 금융투자상품에 대한 포괄주의 정의방식을 도입하여 금융투자상품에 대해서는 공통의 판매권유 규제를 도입함.
- 금융투자상품의 개념을 추상적으로 정의함에 따라 원본손실 발생 가능성이 있는 일부의 변액보험 등의 투자형보험이 이 법이 적용될 가능성 높음.

□ 보험상품의 공통 판매권유 규제

- 보험모집 관련 금지 규정
 - － 약관규제법 및 상법(보험편)에서 보험약관의 교부·설명의무
 - － 보험업법은 무자격자 모집 금지, 허위·부실 설명 및 부실고지 금지 규제 특별이익 금지, 자기계약 제공 금지, 불초청 금지, 비대면 채널 모집 규제, 방카슈랑스 규제, 보험안내자료 제공 등을 시행
- 금융감독당국의 규제와 자율규제
 - － 보험감독규정은 가입 단계별 보험안내자료 교부제도, 보험계약자 확인제도, 보험모집인 실명제도, 광고의 내부통제 기준 등을 시행

- － 자율규제는 보험상품 판매광고 가이드라인, 보험통신판매 가이드라인, 보험광고·선전에 관한 규정 등
- 변액보험에 대한 추가적 판매권유 규제
 - － 변액보험운용설명서 제공 및 중요사항 설명의무, 보험안내자료의 기재사항, 변액보험계약의 모집에 관한 준수사항, 변액보험 광고의 내부통제 등이 시행

III. 주요국의 투자형보험 판매권유 규제

□ 미국

- 변액보험의 판매권유 규제의 근거법 체계
 - － 미국은 전미보험감독협회(NAIC)가 표준화한 모델법을 바탕으로 주 보험감독청이 보험법을 제정하므로 주별로 다소 상이
 - － 변액연금 및 변액보험의 경우 증권 관련법에서 유가증권으로 분류되어 증권거래위원회(SEC)의 일부 규정을 반영한 주 보험법 규정의 준수 필요
- 변액보험에 대한 판매권유 규제의 주요 내용
 - － 뉴욕주 보험법은 특별히 투자자를 분류하지 않음.
 - － 생명보험 모집시 엄격한 상품설명제도의 적용
 - 뉴욕주는 보험모집시 보험모집자의 지위와 소속 보험회사 설명의무, 보험안내자료의 교부 의무
 - 안내자료는 보험가입 안내서(buyer's guide), 계약 체결전 안내서(preliminary information), 보험계약 개요서(policy summary) 등
 - － NAIC의 모델규칙은 높은 수준의 적합성 원칙을 요구

- 보험자가 계약자의 투자목적, 재정상태, 니즈 등의 정보를 바탕으로 권유하는 상품이 적합한지에 대한 합리적인 근거가 없을 경우 판매하지 못한다는 개념
- 최근 노령연금 및 연금상품을 판매 및 권유할 경우 낮은 수준의 적합성 원칙을 도입
- 뉴욕주 보험법은 NYC Rule을 직접적으로 명시하지 않으나, 보험회사가 자율적으로 고객정보를 수집활동

미국의 주 보험법의 적합성 원칙 도입 현황

구분	연금상품		변액상품	
	고령자 대상	일반인 대상	보험	연금
도입 수	13개 주	12개 주	32개 주	2개 주

자료 : NAIC(2006. 8), II-LI-55-1~80-8

- ‘불초청 권유(Unsolicited Call)’와 재권유 금지 규제 없음.
- NAIC의 모델법은 보험광고시 보험판매를 위한 각종 자료나 도표, 그림 등에 거짓, 오도, 기만, 부정확한 기재를 금지
- 주 보험법은 NAIC의 ‘변액생명보험 모델규칙’과 ‘불공정거래관행 모델법(UTP)’, 전미증권업협회의 자율규제 등을 반영

□ 영국

- 투자형보험*의 판매권유 규제의 근거법 체계

* 변액연금 · 보험, 개인연금 등

- 모든 금융상품은 2000년에 제정된 금융서비스시장법(FSMA)에 따라 규제되며, 금융감독청(FSA)은 일반영업행위규범과 비투자보험

영업규범을 근거로 규제 및 감독

- 일반영업행위규범(COB): 투자 및 저축성상품 대상
- 비투자보험영업규범(ICOB): 보장성 생명보험과 손해보험상품 대상

○ 투자형보험에 대한 판매권유 규제의 주요 내용

- 금융감독청(FSA)은 투자자를 일반소비자(private customer), 중간소비자(intermediate customer), 시장상대방(market counterparty)의 세 가지 분류제도를 도입하고 투자자별로 차등하여 규제
- 판매권유시 계약체결전 설명안내자료 제공 의무
 - ①최초공시자료(initial disclosure document), ②핵심설명서(key features documents), ③적합성 통지서(suitability letter) 등
 - 최초공시자료는 판매자가 자신의 인가 지위 등의 정보를 기재한 서면으로 거래조건약정서(terms of business)와 통합 제공 가능
 - 거래조건약정서는 투자목적, 고객의 불만처리 신청방법 및 보상제도 등의 정보를 기재
 - 핵심설명서는 상품명, 리스크특성, 장래 급부액의 예측 등 계약의 주된 특성을 기재한 서면이며, EU요구정보와 통합 제공 가능
- 투자형보험에 대한 높은 수준의 적합성 원칙 적용
 - 판매자가 금융상품을 고객에게 권유할 경우 그 권유가 고객에게 적합한지 합리적인 조치(reasonable steps)를 하고, 판매하는 상품 중에서 가장 적합한(most suitable) 상품을 고객에게 권유하며, 만약 적절한 상품이 없을 경우 권유행위를 하지 못함.
 - 금융서비스법(1986) 체제에서 고객에게 최적의 상품을 추천하도록 하는 ‘최적 권유제(Best Advice)’가 도입 된 이후 판매채널 변화 및 시대적 법률 환경에 따라 적합성 원칙이 개선됨.
- 적합성 원칙의 이행에 필요한 고객정보 수집 활동을 위해 추천하

는 상품에 대한 권유 이유 등이 기재된 적합성 통지서(suitability letter)의 교부 의무

- 다만, 가입금액의 증액, 소액보험, TM의 경우 계약 체결전 교부 제외

영국에서 적합성 원칙의 법률적 근거와 도입 경과

제정년도	법률명	대상상품	주요 내용
1986	금융서비스법 체제	투자형보험	최적 권유제 도입
1995	금융서비스법 체제	투자형보험	적합성 통지서 도입
2005	금융서비스시장법 체제	비투자형보험	적합성 원칙 도입

- 영국은 고객이 요구한 사항을 최종 확인하기 위해 고객 수요확인서(statement of demands and needs) 제도를 운영 중임.
 - 동 서면은 고객의 정보수집과 고객이 요구한 상세한 청약사항을 확인하기 위해 교부되는 서면자료로 적합성 통지서에 통합 가능
- 투자형보험의 경우 불초청 권유를 금지 하지 않으나 고객이 동의하지 않거나 사회 관습상 부적절한 시간(unsocial hour) 및 관련단체에 등록되지 않은(unlisted) 전화번호의 경우 전화권유를 금지
- 영국의 금융광고의 특징은 ①실시간(real time) 광고와 ②비실시간(non-real time) 광고, ③직접 청약부(direct offer) 금융광고와 ④일반광고로 구분하여 엄격히 규제
 - 방문 및 전화판매에 해당하는 실시간 금융광고의 경우 고객이 거절할 경우 광고전달 중지, 부적당한 시간(unsocial hour) 전달 금지, 비교광고의 원칙 준수 등의 일반적 규제가 적용
 - 특히, CM·DM 등 비실시간 금융광고를 엄격히 규제

□ 일본

○ 투자형보험의 판매권유 규제의 근거법 체계

- 일본은 통합금융법을 제정을 목표로 금융상품판매법(2000)과 금융상품거래법(2006)을 각각 제정하였으며, 후속 조치로서 2006년 보험업법이 개정됨.
- 금융상품판매법(2000)은 모든 금융상품에 대한 원본 손실의 가능성 등의 중요사항 설명의무와 배상책임을 부여한 금융소비자 보호법
- 금융상품거래법은 우리나라의 자본시장통합법과 기능적으로 유사
 - 다만, 동 법은 투자성이 높은 보험 및 은행상품을 제외하고 각각의 사업법에서 동 법의 일부 영업행위규정을 준용하도록 하는 방식을 채택
- 금융상품거래법 제정 후속 조치에 따라 특정보험계약의 개념 도입 및 금융상품거래법 준용 규정을 신설하는 등 보험업법(2006) 개정 단행
 - 특정보험계약은 변액보험·연금, 해약환급금변동형보험·연금, 외화 표시형보험·연금을 대상
 - 특정보험계약을 대상으로 투자자 분류, 거래종류의 사전명시, 광고 등 표시의무, 계약체결전 서면교부, 계약체결시의 증권 교부, 손실보전의 금지, 적합성 원칙, 허위설명의 금지, 서면에 의한 계약해지 등의 준용 규정 마련

○ 특정보험계약에 대한 판매권유 규제의 주요 내용

- 지식이나 경험, 재산 상태를 기준으로 일반투자자와 전문투자자로 구분하는 투자자 분류제도를 법률에서 도입
- 보험계약자 입장에서 계약 성립에 영향을 미치는 중요한 사항을 명확히 하기 위해 계약체결전 서면교부제도를 도입(2007. 4)
 - 동 제도는 '계약개요서'와 '주의환기정보문서'로 구분하고, 각각 보험종목별 특성에 따라 고객별로 제공하도록 규정

- 특정보험계약에 대한 적합성 원칙을 도입(2007. 10)
 - 일반투자자를 대상으로 고객의 지식, 경험, 재산 현황 및 가입목적 등 투자 특성에 비추어 부적당하다고 인정되는 권유행위를 하지 못하도록 하는 높은 수준의 적합성 원칙 개념 도입
 - 다만, 보험법령에서 세부 시행방법을 명시하지 않고, 일본 금융청이 보험회사에게 내부통제 기준을 수립하여 시행하도록 자율성을 부여하고, 위반시 업무개선명령 등의 행정조치를 부과

일본에서 적합성 원칙의 법률적 근거와 도입 경과

제정년도	법률명	대상상품	주요 내용
2000	금융상품판매법	모든 금융상품	설명의무 도입
2006	금융상품거래법	투자상품	적합성 원칙 도입
2006	보험업법 개정	특정보험계약	적합성 원칙 도입

- NYC Rule에 대한 명시 조항은 없으나, 금융청이 고객정보 수집활동의 자율성 부여
- 보험업법은 불초청 권유 및 재권유 규제를 적용하지 않으나, 거절의사를 명백히 밝히거나 비상식적 시간의 전화 및 방문 권유 금지
- 광고행위시 엄격한 금융상품거래법의 광고규제 준용
 - 필수적으로 광고행위자의 상호·명칭 또는 성명, 원본 손실의 가능성, 계약체결전 설명자료 숙지 등 고객에게 불리한 사항에 대한 기재 및 문자 크기 등 규제
- 생보 및 제3보험을 대상으로 의향확인서 교부제도 도입(2007. 4)

IV. 주요국의 비투자형보험 판매권유 규제

□ 미국

- 비투자정보험에 대한 판매권유 규제의 주요 내용
 - － 보험법에서 고객분류 제도에 대한 별도의 규제 없음.
 - － 생명보험에 대해서는 비교적 엄격한 판매권유규제를 적용하나 손해보험의 경우 특별한 판매권유 규제 없음.
 - 생명보험계약에 대해 NAIC 모델규칙은 예비 보험가입자에게 보험 가입 안내서(buyer's guide)와 보험계약 개요서(policy summary)를 필수적으로 제공하고, 뉴욕주는 보험계약 체결전 안내서(preliminary information)를 추가로 제공
 - － NAIC의 불공정거래관행모델법(UTP)을 반영한 대부분의 주 보험업법이 불공정거래행위를 규제
 - 보험약관 부실표시, 허위 정보·광고 행위 등을 불공정행위로 간주
 - － 비투자정보험에 대해 적합성 원칙을 적용하지 않으나, 일부 주에서는 연금보험을 대상으로 적합성 원칙을 적용
 - － 보험상품의 방문판매에 대한 불초청 권유의 금지 규제는 없음.
 - － 뉴욕주는 생명·상해·연금계약을 대상으로 하는 광고 행위시 허위·부실·과장광고 행위, 오해할 수 있는 용어의 사용 금지 등과 같은 일반적 광고규제를 보험법에서 도입

□ 영국

- 비투자정보험에 대한 판매권유 규제의 주요 내용
 - － 비투자정보험*의 고객을 소매소비자(retail customer)와 기업소비자(commercial customer)로 구분하여 소비자 보호를 차등
 - * 손해보험상품, 순수보장형 생명보험상품
 - － 비투자정보험의 판매 권유시 상품설명 안내자료는 ①최초공시자료(initial disclosure document), ②보험계약 개요서(policy summary), ③보험료 설명서(statement of price), ④고객 수요확인서(statement of demands & needs)

- 보험계약 개요서는 보험계약내용을 요약한 문서로써 핵심설명서(key features documents)로 대체 가능하며, EU지침의 요구정보와 통합 제공 가능
- 보험료 설명서는 보험료 및 기타 비용이 기재된 문서로서
- 비투자형보험에 대해서는 낮은 수준의 적합성 원칙 개념 적용
 - 고객에게 최선의 상품이 아니더라도 충분히 설명할 경우 차선의 상품을 권유할 수 있도록 하는 개념
- 고객 수요확인서에서 계약 확인
- 불초청 권유행위의 금지 규정은 없으나, 고객이 요청하지 않은 비용을 수반하는 비대면(distance contract) 영업행위와 소비자의 의사에 반하는 DM 권유 금지
- 비실시간 광고활동*은 투자형보험과 동일 수준으로 엄격히 규제
 - * 편지, e-mail, 신문, 잡지, 웹사이트를 통한 광고

□ 일본

- 비투자형보험에 대한 판매권유 규제의 주요 내용
 - 일본은 우리나라의 보험업법과 유사한 판매권유 규제를 운영
 - 보험약관의 교부·설명 의무 무자격자 모집행위 금지, 허위 설명 규제, 특별이익 제공금지, 자기계약 금지, 비대면채널 준수사항, 방카슈랑스 규제, 보험안내자료 기재금지 등
 - 개인 및 가계보험을 중심으로 보험종목별 계약체결전 교부서면(‘계약개요서’, ‘주의환기정보문서’) 제도를 도입(2007. 4)
 - ‘계약개요서’는 보험에 가입할 때에 당해 상품에 대해 알아 둘 필요가 있는 특히 중요한 정보를 기재하며, 소비자가 상품내용을 이해하는데 없어서는 안 되는 필수 정보가 포함
 - ‘주의환기정보문서’는 가입시에 특히 주의해야 할 내용을 기재하고

- 계약자가 불이익을 받을 수 있다는 정보 기재
- 비투자형보험에 대해 적합성 원칙 미도입
 - 고객의 특성을 파악할 의무 미도입
 - 불초청 권유 및 재권유 규제 미도입
 - 보험업법은 보험광고 규제를 간접적인 방법*으로 규제
 - * 설명의무 및 보집금지 행위 위반 등
 - 생보 및 제3보험을 대상으로 의향확인서 교부제도 도입(2007. 4)
 - 동 서면은 고객의 요구와 다른 상품을 판매하거나 상품에 대한 이해가 불충분한데도 계약을 맺는 사태를 방지하기 위한 것
 - 의향확인서는 가입하려는 보험상품이 고객의 요구사항과 부합하는 지와 부합하는 이유를 고객이 보험계약 체결 직전에 확인하고 보험계약자와 판매자 쌍방이 서명 후 교부하는 서면자료임.
 - 다만, 해외여행보험 및 1년 미만 상해보험, 단체보험 및 기업형 보험은 교부대상에서 제외

V. 주요국의 비교 분석과 시사점

- 우리나라의 자본시장통합법, 영국의 금융서비스법(1986), 금융상품거래법(2006)은 공통적으로 부분적이고 점진적인 통합금융법률로 동일한 금융 기능을 동일하게 규율하는 원칙을 추구함.
 - 다만, 금융업무의 범위에 있어서 보험상품을 규제대상으로 포함하는 지 여부에 대해 차이가 있음.
 - 자본시장통합법은 은행법과 보험업법을 규제대상에서 제외하였으나, 원본 일부 보장형 은행상품과 보험상품의 경우 사실상 이법의 판매권유 규제를 받게 될 가능성이 높음.
 - 영국의 금융서비스법(FSA)은 금융서비스의 법적 기능을 하며, 예금

과 순수보장성 생명보험 및 손해보험을 제외한 거의 모든 금융상품의 거래를 이법이 규제하므로 투자서비스법의 기능을 하는 자본시장통합법보다 더 넓은 의미의 통합금융법임.

- 일본의 금융상품거래법은 투자서비스 기능을 하며, 은행상품과 보험상품을 규제대상에서 제외하여 자본시장통합법과 큰 차이

주요국의 통합금융법상 투자형보험 포함 유무 비교

구분	한국	영국	일본	미국
제정 년도	2007	1986	2006	금융기관별 규제 체제
법률명	자본시장통합법	금융서비스법	금융상품거래법	
법 기능	투자서비스	금융서비스	투자서비스	
투자형보험 포함 유무	포함	포함	제외	
정의방식	포괄주의	포괄주의	제한적 열거주의	

□ 국가별 투자형보험에 대한 판매권유 규제의 비교

- 투자형보험에 대해 공통적으로 설명의무, 적합성 원칙, 광고규제 등의 판매권유 규제를 도입하고 있으나, 투자자분류제도, NYC Rule제도는 국가별로 차이가 있음.
- 한국은 원본 손실형 보험상품의 경우 자본시장통합법에 근거한 투자자 분류제도, 설명의무, 적합성 원칙, NYC Rule, 불초청·재권유 금지(보험 제외), 광고규제 등의 판매권유 규제가 적용
- 원본 보장형 보험상품의 경우 상법 및 보험업법에 근거한 청약철회, 취소, 해약, 설명의무, 광고규제 등의 보험소비자 보호제도가 적용
- 미국은 NAIC 모델규칙에서 상품설명제도, 적합성 원칙, NYC Rule, 광고행위 등을 도입하고 있으나, 투자자 구분, 불초청 권

유·재권유 금지에 대한 규제 미도입

- － 영국은 투자 및 저축성보험의 경우 일반영업행위규범에 근거한 투자자구분, 설명의무, 적합성 원칙, NYC Rule, 광고규제 등의 판매권유 규제가 적용
- － 일본은 상법 및 보험업법에서 설명의무 및 청약철회, 투자자 구분, 설명의무, 적합성 원칙, NYC Rule, 광고규제 등의 규제가 적용되나, 불초청 권유 및 재권유 행위 금지 규제 미적용

주요국의 투자형보험의 주요 영업행위규제 비교

자통법 항목	한국	미국	영국	일본
투자자 구분	○	×	○	○
설명 의무	○	○	○	○
적합성 원칙	○(×)	○	○	○
NYC Rule	○(×)	○	○	○
불초청 권유 금지	×	×	×	×
재권유 금지	×	×	×	×
광고규제	○	○	○	○

주 : 1) 한국(자본시장통합법, 보험업법), 영국(COB), 일본(보험업법)을 대상
 2) ()는 원본 보장형 변액보험 등
 3) 미국은 NAIC의 변액생명보험 모델규칙을 대상

□ 국가별 비투자형 보험상품*에 대한 판매권유 규제 비교

- * 한·미·일은 비투자형보험, 영국은 보장성보험 및 손해보험을 대상
 - 한·미·일의 약관교부 및 설명의무, 보험상품설명, 청약철회, 보험모집 자격, 부당모집 금지, 광고규제 등은 보험특성을 반영한 보험관계법에서 보험소비자를 보호
 - － 미국 일부 주에서는 연금보험에 대해 낮은 수준의 적합성 원칙과 NYC Rule 도입
 - － 일본은 영국을 모델로 의향확인서를 도입하는 등 소비자 권익 보

호제도를 강화하는 추세에 있음.

- 영국은 보험소비자 구분, 설명의무, 적합성 원칙, NYC Rule, 광고 규제 등을 운영하고, 2006년부터 비투자형보험에 대해서도 낮은 수준의 적합성 원칙을 도입하는 추세

주요국의 비투자형보험의 주요 영업행위규제 비교

항목	한국	미국	영국	일본
계약자 구분	×	×	○	×
설명 의무	○	○	○	○
적합성 원칙	×	×	○	×
NYC Rule	×	×	○	×
불초청권유 금지	×	×	×	×
재권유 금지	×	×	×	×
광고규제	△	○	○	△
청약철회	○	○	○	○

주 : 한국(보험법령), 미국(뉴욕주 보험법), 영국(ICOB), 일본(보험법령)을 대상

□ 주요 항목별 판매권유규제의 비교분석

○ 투자자분류제도

- 우리나라는 자본시장통합법에서 투자자 분류제도를 도입함.
 - 보험업법상 보험소비자 분류제도는 없으나, 현행 단계별 보험안내 자료(2007.4)는 단체보험, 기업성 손해보험을 전문소비자로 인식하여 정보 제공을 일부 유예
- 영국은 투자상품과 비투자형보험으로 이원화하여 각각 투자자 3분류체제 또는 보험소비자 2분류체제를 도입 및 운영
- 일본은 금융상품거래법에서 투자자 분류제도가 존재하나, 보험업법상 보험소비자를 분류하지 않는 등 우리나라와 유사함.
 - 다만, 특정보험계약의 경우 보험소비자 2분류체제 도입

- 미국은 보험소비자 분류제도 없음.
- 동일한 금융기능의 동일한 규제 원칙을 추구하기 위한 영국의 이원화된 소비자 분류제도는 시사하는 바가 큼.

주요국의 보험소비자 분류제도 비교

	한국	미국	영국	일본
투자형 보험	-일반투자자 -전문투자자	- 미도입	-일반소비자 -중간소비자 -시장상대방	-일반투자자 -전문투자자
비투자형 보험	- 미도입 ¹⁾	- 미도입 ²⁾	-소매소비자 -기업소비자	- 미도입 ³⁾

주 : 1) 한국은 기업성 보험계약자를 전문소지자로 취급(금융감독위원회(2006.11), p.7)

2) 미국은 단체보험계약의 개념 존재(NYIL§4216)

3) 일본은 단체보험계약에 대한 개념 존재(보험업감독지침Ⅳ·1·14)

○ 상품 설명 및 이행 방법

- 주요국은 보험계약자 측면에서 계약체결에 영향을 미치는 중요사항을 하나의 서면에서 집중적으로 설명하거나, 가입 단계별로 구분하여 설명하는 방식으로 구분하는 추세임.
- 자본시장통합법은 판매자가 투자자에게 투자상품을 판매하는 경우 상품내용과 투자위험을 설명하고 설명확인제도를 도입함.
- 보험업법은 간접적 방식으로 설명의무를 부여하고, 감독규정에서 가입설계서, 상품설명서 등의 단계별 상품설명제도와 보험계약자 확인 및 보험모집인 확인제도를 도입함.
- 미국은 판매자가 권유단계에서 보험 가입시 선택방법 등을 안내하는 보험가입 안내서(buyer's guide), 중요사항에 대해서는 보험계약 개요서(policy summary)를 제공하고, 뉴욕주의 경우 보험계약 체결전 안내서(preliminary information)를 추가로 제공함.
- 영국의 상품설명자료는 최초공시자료(initial disclosure document)

- 와 계약체결 단계에서 중요사항을 하나의 서면에서 집중적으로 설명하는 핵심설명서(key features documents: 투자상품을 대상)나 보험계약 개요서(policy summary: 비투자형보험을 대상) 등을 제공
- 일본의 계약체결전 서면제공 제도를 도입하여 ‘계약개요’와 ‘주의 환기정보’로 분리하여 제공

투자형보험의 계약체결전 설명자료 국가별 비교

명 칭	한국	미국	영국	일본
근거법	보험업법/ 자본시장통합법	뉴욕주 보험법	FSMA(COB) ¹⁾	보험업법
대상상품	변액보험	생명보험	투자형보험	특정보험계약
설명자료 제공	<보험업법> ①가입설계서 ②변액보험운용 설명서 ③상품설명서 <자통법> ① 설명의무 ② 설명확인	①buyer's guide ②preliminary information ③policy summary	①initial disclosure document ②key features documents ③suitability letter	①보험계약 개요 서 ②주의환기정보 문서 ③의향확인서

비투자형보험의 계약체결전 설명자료 국가별 비교

명 칭	한국	미국	영국	일본
근거법	보험업법	뉴욕주 보험법	FSMA(ICOB) ¹⁾	보험업법
대상상품	비투자형보험	개인생명보험	비투자형보험	비투자형보험
설명자료 제공	①가입설계서 ②상품설명서	①buyer's guide ②preliminary information ③policy summary	①initial disclosure document ②policy summary ③statement of price ④statement of demands and needs	①보험계약 개 요서 ②주의환기정보 문서 ③의향확인서

○ 투자형보험의 적합성 원칙

- 주요 국가들은 적합성 원칙 처음 도입시 원론적 개념의 도입과 자율적 시행 등으로 시작하여 판매제도 및 보험소비자 보호의 변화 추세와 제도의 안정화 추이를 보아가며 개선하거나 다른 종목으로 확대하는 등의 제도 변화를 추진하였음.
- 판매제도 및 소비자 보호 수준이 국가마다 다르므로 적합성 원칙의 이행 수준 또한 다소 차이가 있음.
- 자본시장통합법은 고객에게 “적합하지 아니하다고 인정되는 투자 권유를 하여서는 안 된다”는 개념의 높은 수준의 적합성 원칙을 적용
- 영국은 금융서비스법(1986) 체제에서 양극화규제* 시행 이후 판매자의 책임강화와 불완전 판매 등을 개선하기 위해 자율규제기관에 의해 최적 권유제(best advice)를 도입
 - * 양극화규제(Polarisation Rule 1988)는 투자·저축·종신보험 등을 판매하는 자를 전속설계사 또는 독립금융중개인(IFA)으로 제한하는 규정으로 2002년 폐지
- 또한, 1990년대 이후 판매채널 다원화의 부작용 방지 차원에서 적합성 문서(Reason why letter, 1995) 교부, 적합성 원칙의 법정용어 도입 및 제도 의무, NYC Rule 도입(2001), 비투자형보험 확대(2005) 등으로 변천
- 투자상품의 경우 독립금융중개인(IFA) 단체가 운영하는 상품정보은행 등을 활용할 수 있도록 유연성을 확보함.
- 일본은 금융상품판매법(2000)에서 판매자가 고객특성을 고려하여 적절한 권유기준을 마련하여 공개하도록 하는 추상적 개념을 먼저 도입하고, 금융상품거래법(2006)에서 적합성 원칙 및 NYC Rule 도입, 보험업법의 적합성 원칙 도입(특정보험계약)으로 변천
- 미국은 1974년 변액보험에 대한 NAIC의 변액모델규칙에서 처음으로

로 적합성 원칙을 도입한 이후 많은 주에서 도입이 확대되었으며, 최근에는 일부 주에서 연금보험에 대해 적용함.

투자형보험의 국가별 적합성 원칙 적용방식 비교

	한국	미국	영국	일본
근거	자본시장 통합법	주 보험법	COB	보험업법
대상 상품	금융투자상품	변액연금·보험/ 비투자형보험	투자·저축성/ 비투자형보험	특정보험계약
적용 정도	높은 수준	낮은 수준	높은 수준/ 낮은 수준	높은 수준

주 : 미국은 주별로 NASD의 자율규제 또는 NAIC 규칙을 다르게 반영하므로 상이하하며, 변액보험(32개주) 및 연금(12개주) 등에 대해서 적용(NAIC(2006. 8), II-LI-55-1 ~ II-LI-80-8)

○ 고객의 특성을 파악할 의무(NYC Rule)

- 주요 선진국은 공통적으로 투자형보험에 대해 적합성 원칙과 NYC Rule를 도입하였음. 다만, 미국과 일본은 자율규제의 성격이 강함.
- 자본시장통합법은 기명날인, 녹취 등의 방법으로 고객정보 파악 확인 서명을 의무화함.
- 영국은 투자형보험에 대해 적합성 통지서가 의무적으로 교부되며, 고객 수요확인서를 포함할 수 있도록 하는 등 비교적 상세히 규율. 비투자형보험의 경우 고객으로부터 수집한 고객정보와 요구사항을 확인하는 고객 수요확인서 교부를 통해 고객정보 확인
- 미국은 변액보험에 적합성 통지서 제공 의무는 없으나, 보험회사별 투자목적, 재무현황, 요구 사항 등의 고객 정보를 수집 필요
- 일본은 투자형보험에 대한 투자목적 등의 확인이 필요하며, 의향확인서에 통합하여 판매자가 수집한 정보를 확인할 수 있음.

○ 불초청 권유제 및 재권유 금지

- 주요 선진국은 보험상품이 전통적으로 불초청 권유 행위에 의한 영업방식에 의존하는 특수성을 감안하여 엄격히 규제하지 않음.
- 다만, 영국과 일본은 의사에 반하여 비밀상적 시간대의 방문 및 전화 권유를 금지하고, 한국은 평온한 생활을 침해하는 판매 금지함.
- 자본시장통합법은 보험상품에 대해 불초청 권유제 및 재권유 금지 적용을 제외

○ 광고규제

- 주요국은 원본 손실 가능성에 의한 투자자를 보호하기 위해 투자상품에 대해 직접적인 광고규제를 규율하나, 리스크의 이전 및 전환을 주목적으로 하고 다양한 소비자 보호제도가 있는 보험상품에 대해서는 간접적인 광고규제에 의존하는 경향임.
- 금융투자상품을 대상으로 하는 자본시장통합법은 직접적이고 엄격한 광고규제를 도입함.
 - 반면, 보험업법은 허위사실 표시 및 부실 표시를 금지하는 간접적인 방식을 규제하며, 자율규제의 의존도가 높음.
- 영국은 금융광고 행위를 4가지 유형으로 구분하는 등 직접적이고 엄격한 광고규제를 규율함.
 - 비투자형보험 대상의 비대면광고 행위의 경우 금융광고 행위에 준하는 엄격한 규제 적용
- 미국은 변액보험의 경우 인쇄물 사용 후 전미증권업협회(NASD)에 사후보고 방식으로 규제함.
 - 뉴욕주 보험규칙은 생명·상해·연금계약을 대상으로 허위과장 광고를 하지 못하도록 간접적으로 규제하며, 손해보험의 경우 특별한 규제 없이 불공정거래행위로 취급
- 일본은 투자상품을 대상으로 하는 금융상품거래법은 글자 크기까

지 규율하는 등 엄격한 광고규제를 도입함.

- 반면, 보험상품의 경우 보험업법에서 부실허위표시 금지 등과 같은 표시 위반행위시 간접적인 규제 방식으로 운영

○ 기타 판매권유 규제

- 영국과 일본은 보험모집시 모집인의 성명 및 권한 등 지위 설명
- 일본은 생명보험 및 제3보험을 대상으로 의향확인서 교부제도 도입(2007. 4)
- 일본은 보험계약 체결 또는 갱신시, 건강진단시 보험계약자의 본인 확인제도 운영

VI. 시사점 및 결론

□ 시사점

○ 종합적 시사점

- 국내 금융 및 보험산업이 처한 환경과 규제 수준이 선진국과 일치하지 않으므로 우리나라의 실정에 맞는 보험소비자 보호 전략 및 정책의 수립이 바람직함.
- 일본은 2006년 변액보험에 대한 적합성 원칙을 도입하면서 2000년 이전에 영국에서 시행하던 적합성 원칙을 도입하였음.
- 이를 위해 현행 선진국의 제도에 대한 이해뿐만 아니라 과거 선진국의 소비자 보호 경험에 대해서도 깊은 이해가 필요함.
- 보험소비자의 편익과 비용의 측면을 고려하여 보험소비자의 권익을 보호하는 것이 필요함.
- 지나친 판매권유규제는 보험회사의 추가적인 비용 발생과 보험상품의 가격 인상으로 이어질 가능성이 있으며, 청약절차의 복잡 등

보험소비자의 편의성을 제한할 수 있음.

- 보험상품은 보험급부가 사후에 지급되는 미래지향적인 계약이므로 지나친 규제가 보험소비자의 구매력을 저하시키지 않는 범위내에서 의무사항과 자율규제 역할을 적절히 분리할 필요가 있음.
- 일본은 보험업법에서 적합성 원칙을 규정하고 있으나 기타 세부적인 규제에 대해서는 보험감독당국과 보험회사의 역할을 적절히 분리하였음.

○ 보험소비자의 특성을 고려한 고객분류제도 필요

- 보험상품은 투자상품과 달리 보험고유의 리스크 규모나 거래 경험 유무에 따른 보험소비자 보호가 필요함.
- 영국은 투자상품과 보험상품에 대한 이원화된 고객분류제도를 시행하고 있음.
- 비상장기업에 대해서는 전문소비자로서 지위를 인정하는 현행 보험업감독규정을 계승하는 것이 바람직함.
- 현행 감독규정은 단체보험 및 기업성 손해보험의 소비자에 대해 보험안내자료의 일부 제공을 면제하도록 규정하는 등 사실상 전문 소비자로서 인정하였음.

○ 명확한 설명의무의 법적 근거 마련

- 설명의무에 대해 상법은 설명의 이행 시기, 이행 방법, 중요사항이 무엇인지 등에 대해 명확하지 않고 타 법률 등을 통해 추정하거나 사회통념적으로 해석해야 하는 불확실성이 상존함.
- 보험업법은 설명의무에 대한 간접적 규제 방식으로 인하여 명확한 법률적인 근거를 제시하지 못함.
- 설명의무의 명확한 법적 근거를 마련하기 위하여 보험업법에서 설

명의를 직접 명시하는 것이 필요함.

- 법률적 의무와 자율규제사항의 역할을 적절하게 분리하여 설명의무를 명확히 하여 법률 해석으로 인한 불확실성 제거와 법률이용자들의 편의성을 제고 방향으로 개선할 필요

○ 국내 실정에 부합한 적합성 원칙의 도입

- 적합성 원칙은 선진국에서 증권투자 개념에서 유래된 제도로 선진국의 현행 제도는 물론 변천 과정에 대해서도 깊은 이해가 필요함.
- 우리나라는 금융중개업 및 대리업이 발전한 영국 등 선진국과 동일한 수준의 적합성 원칙을 도입할 경우 판매자의 추가적인 비용 증가와 소비자의 편의성이 저해될 가능성도 있음.
- 영국은 1980년대 보험상품에 적합성 원칙을 처음 도입 당시 추상적인 개념을 도입하는 등 자율규제의 개념에서 시작, 시장 및 규제 성숙 단계에 따라 확대 및 강화하는 방식으로 변화함.
- 균형 있는 보험소비자 보호제도의 추진을 위해서는 영국 등 선진국의 엄격한 적합성 원칙을 적용하기 보다는 국내 시장 및 규제의 성숙도를 고려하여 투자형상품을 먼저 시행하고 제도의 안정화 추이를 보아가며 단계별로 확대하는 것이 바람직
- 미국은 적합성 원칙을 변액연금→변액보험→연금보험(일부 주) 등으로 확대하고, 보험회사의 자율성 부여 방식으로 운영

○ NYC Rule의 역효과 최소화

- 보험상품에 대한 고객정보 수집활동은 보험가입의 거부감을 불러일으켜 구매력을 떨어뜨리는 역효과를 낼 수도 있다는 점에 유의할 필요가 있음.
- 미·영·일은 고객의 정보수집 활동에 대한 부작용을 고려하여 유

연하게 운영하도록 하고 자율성을 부여하되 감독당국의 지도 및 감독의 방식으로 규제함.

- 영국은 고객이 특정 개인정보의 제공을 거절할 경우 적합성 원칙을 유예하거나, 고객이 일부 정보의 제공을 거절할 경우 수집한 최소 정보를 근거로 상품을 권유할 수 있도록 하였음.
- TM 등 비대면채널의 경우 구두 방식으로 적합성 원칙을 수행하고, 사후적으로 문서로 제공 가능

○ 대면채널의 부적절한 판매권유 규제 필요

- 강압적이고 비상식적인 판매행위로부터 보험소비자를 보호하기 위해 현재 비대면 판매채널에 대하여 적용되는 ‘고객의 평온한 생활을 침해하는 권유행위 금지’ 규정을 대면채널로 확대하고, ‘평온한 생활’에 대한 용어의 추상성을 제거하여 법률적 명확성을 제시할 필요가 있음.
- 영국 및 일본 등은 고객이 동의하지 않은 심야 등 일상적인 생활에 지장을 초래하는 시간대의 권유행위를 금지하고 있음.

○ 보험광고 개념의 근거 마련

- 다양한 판매채널의 확산과 선진형 보험상품의 등장에 대비하여 법적 제제조치에 대한 명확한 근거 마련과 보험감독당국의 사후 모니터링 강화 및 보험업계의 자정 노력이 필요
- 영국은 법률에서 광고규제를 직접적으로 명시하고 있으나, 미국과 일본의 경우 부실·허위 표시나 불공정거래 행위로 간주하여 처벌하는 간접규제 하는 방식을 채택하고 있음.

□ 결론

- 일본은 영국식 통합금융법 체제를 지향하여 부분적이고 점진적인 방

식으로 금융관련법의 통합을 추진하고 있어 우리나라와 가장 유사하며, 대표적인 모범사례임.

- 다만, 일본의 금융상품거래법은 은행과 보험에 대해서는 상품의 특성을 고려하여 동 법의 적용을 제외하고 있어 변액보험을 규제대상에 포함하여 우리나라의 자본시장통합법과 대조적임.
- 이러한 차이는 일본이 기능별 규율체제의 원칙만을 추구하는 것보다 보험소비자의 특성을 반영할 수 있는 보험업법에서 소비자의 권익을 보호하는 것이 규제 및 감독측면에서 더 효과적이기 때문으로 분석됨.
- 보험소비자의 권익을 보험법령에서 보호할 수 있도록 국제적 규제 추세를 반영하되 국내 보험시장 및 규제의 성숙도에 부합할 수 있는 보험소비자 보호 정책의 마련이 필요함.

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

세계적으로 금융의 겸업화와 통합화가 진행되면서 금융상품과 금융기관간의 영역이 모호해지고 복합금융상품이 등장함에 따라 금융규제의 공백으로 인한 금융소비자 보호의 필요성이 대두되고 있다. 주요 선진국들은 금융권역별 규제로 인한 상이한 규제 적용으로부터 금융소비자를 보호하기 위해 통합금융법의 제정을 통해 문제의 극복을 시도하였다. 영국이 제일 먼저 1986년 금융서비스법(FSA)과 2000년 금융서비스시장법(FSMA)을 각각 제정하여 통합금융법을 완료하였다. 이후 영국의 사례를 모델로 일본과 한국 등은 각각 부분적인 통합금융법을 추진하고 있다.

영국의 금융서비스시장법은 동일기능 동일규제 원칙의 추구에 의해 규제의 차이와 금융소비자 보호의 공백을 개선하였다는데 의의가 있다. 즉, 취급하는 금융회사를 불문하고 금융기능이 동일한 상품에 대해 동일한 규제를 적용한다는 것이다. 이러한 원칙을 추구하는 데에는 우리나라와 영국 및 일본의 큰 차이는 없다. 다만, 일본은 투자형 예금상품 및 변액보험 등에 대해서는 금융상품거래법(2006)의 대상에서 제외하고 각각 은행법과 보험업법에서 투자상품과 동일한 규제를 적용하고 있다는 점에서 차이가 있다. 반면, 우리나라의 자본시장통합법은 원본 손실의 가능성이 있는 은행상품과 보험상품의 경우 이법의 공통영업행위 규제가 적용되도록 규율하여 일본과 큰 차이를 보인다.

이와 같이 통합금융법의 제정은 금융소비자를 보호하는 데 공통적인 목표를 두고 있지만 그 국가가 직면한 금융환경 및 제도의 선진화 정도에 따라 큰 차이를 보인다. 이에 우리나라 보다 먼저 통합금융법을 추진한 주요 국가들의 사례를 비교하여 보험상품의 특성에 맞는 소비자 보호제도를 모색하는 것은 향후 자본시장통합법의 시행과 투자형상품 및 복합금융상품의 수요확대에 대비하여 유익한 시사점을 제공할 수 있을 것으로 판단된다.

본 보고서는 보험상품의 판매권유 규제에 대한 주요 선진국의 입법사례 비

교를 통하여 국제적 정합성과 국가별 특징이 있는지 살피고자 한다. 특히, 투자 및 비투자형보험에 대한 판매권유 규제의 국가별 비교를 통해 이들에 대한 공통적 특성과 차이가 있는지 살펴보고 국내 보험회사 및 정책당국의 소비자 보호전략 및 소비자 보호 정책 수립에 시사점을 제시하고자 한다.

2. 연구의 범위 및 구성

본 보고서는 보험상품의 판매권유 행위규제에 대한 주요국 사례조사를 통한 비교 분석에 의의를 두고 선행연구와 함께 국내외 통합금융법령과 보험관계 법령의 입법 조사에 초점을 맞추고자 한다. 조사대상 국가는 우리나라 보다 앞서 통합금융법을 시행한 영국 및 일본을 대상으로 한다. 또한, 금융권역별로 규제체제가 유지되고 있으나, 적합성 원칙을 처음으로 도입하는 등 엄격하게 변액보험을 규제하고 있는 미국의 사례를 포함한다.

조사대상 법률은 우리나라의 경우 금융투자업과 보험업에 대한 판매권유 규제를 조사하기 위하여 자본시장통합법과 보험업법 및 하위법령, 보험업감독 규정 등을 대상으로 한다. 영국은 금융서비스시장법을 대상으로 하고, 금융감독청(FSA)이 제정 및 감독하는 일반영업행위규범(COB)과 비투자형보험영업행위규범(ICOB)을 포함한다. 일본은 모든 금융상품에 대한 설명의무의 근거법이 되는 금융상품판매법(2000)과 일본판 자본시장통합법에 해당하는 금융상품거래법(2006)을 대상으로 하고, 2006년에 개정된 보험업법과 하위법령 및 보험회사감독지침(2007)을 포함한다. 미국은 변액보험에 대해 증권 자율규제와 주 보험법령에 의한 이중적 규제 태도를 취하고 있으므로 전미증권업협회(NASD)의 규정과 전미보험감독관협의회(NAIC)의 변액보험모델규칙을 포함한다. 또한 미국 NAIC가 제정한 생명보험, 연금보험과 관련된 모델법, 뉴욕주의 보험법령을 대상으로 한다.

주요국의 입법사례에는 한기정(2005)·(2007)이 각각 영국의 통합입법 사례 연구와 우리나라의 자본시장통합법 제정 추세에 따른 보험업법개정 방향을 제시하였다. 이외에도 김종선(2006), 김선정(1997)·(2002), 맹수석(2003), 보험연구소(1994) 등은 변액보험에 대한 설명의무 및 적합성원칙 등과 같은 보험

소비자 보호제도에 대하여 연구하였다. 또한, 증권규제에서 시작된 적합성 원칙에 대해서는 김지완(2002), 土浪修(2005), 靑山麻理(2005) · (2007), 深澤泰弘(2007)등의 선행 연구가 있다. 판매권유 규제와 관련하여 이재식(1997), 오성근(2006), 木下孝治(2005), 深澤泰弘(2005), 高崎康雄(2002), 損害保險総合研究所(2004) · (2006) 등의 연구는 선진국의 판매권유에 대한 입법사례를 비교적 객관적으로 평가하였다.

비교 방법은 먼저 한국, 미국, 영국, 일본의 순서로 입법 사례를 조사한다. 다음으로 해당 국가의 금융법률 및 보험법률의 특징과 규제방식 등을 조사하고, 주요 국가에서 시행하고 있으나 우리나라에서는 미진하거나 도입되고 있지 않은 판매권유 규제를 모색하기 위하여 자본시장통합법의 판매권유 규제와 관련된 공통영업규제의 주요 항목을 나열하는 방식으로 비교한다. 비교항목 대상은 고객분류제도, 설명의무제도, 고객의 특성을 파악할 의무, 적합성 원칙, 불초청 권유 · 재권유 금지규제, 광고규제 등이다. 또한, 보험규제의 특수성을 국가별로 비교하기 위하여 보험업의 전통적 판매권유 규제의 항목을 대상으로 한다. 아울러 통합법의 판매권유 규제가 보험법령에서 유사한 규제가 있는지 파악하기 위하여 투자형보험과 비투자형보험으로 구분하여 사례조사를 한다.

본 보고서의 구성은 다음과 같다. 서론에 이어 제Ⅱ장에서는 자본시장통합법과 보험법령에서 국내 보험상품의 판매권유 규제 현황을 항목별로 살펴보고자 한다. 제Ⅲ장과 제Ⅳ장에서는 투자형 및 비투자형보험으로 분리하여 미국, 영국, 일본의 국가를 대상으로 통합금융법 또는 보험법령에서의 판매권유 규제 현황을 항목별로 조사하여 정리한다. 이를 토대로 제Ⅴ장에는 판매권유 규제의 근거법인 통합금융법의 공통적 특징과 차이를 국가별로 비교하고, 투자 및 비투자형보험에 대한 판매권유 규제를 국가적으로 비교 분석한다. 끝으로 Ⅵ장에서는 보험상품에 대한 선진국의 판매권유 규제 사례조사가 국내 보험산업에 주는 시사점을 제시하고 결론을 맺는다.

II. 국내 보험상품의 판매권유 규제

1. 판매권유 규제의 법적 체계

가. 협의의 규제

보험사업에 관한 법적인 규제체계는 좁은 의미의 보험규제와 넓은 의미의 일반 영업규제로 나눌 수 있다. 좁은 의미의 보험규제는 일반적인 보험사업자를 규제하는 보험업법과 보험계약에 관한 일반법으로 상법(제4편)이 여기에 해당한다¹⁾. 보험자와 보험계약자 사이의 권리, 의무관계를 규율하고 있는 상법(제4편)은 보험계약 체결시 보험약관의 교부·명시의무를 부여하며, 보험계약의 성립과 무효·변경·소멸 등 주로 보험계약을 규율하고 있다.

보험업법은 보험산업의 건전한 발전과 보험계약자 보호를 목적으로 보험사업자규제와 보험영업행위규제, 보험감독 등의 규제를 두고 있다. 보험업법에는 보험모집종사자의 요건, 무자격자의 모집행위 금지, 부당 모집행위 금지, 특별이익 금지, 보험안내자료 기재 사항 등의 판매권유에 관한 규제를 두고 세부적인 규제사항에 대해서는 하위법령에서 규율하고 있다.

한편, 금융위원회 및 금융감독원은 보험업감독규정 및 시행세칙에 근거하여 보험경영 전반에 걸쳐 필요한 감독상의 명령을 내리는 등 보험회사에 대한 포괄적인 감독권을 행사한다. 이밖에 보험협회 등은 보험관계 법령에 의거하여 자체적으로 마련한 자율규제를 두고 있다.

나. 광의의 규제

보험거래는 일반 상거래의 일종이므로 상거래에 있어서 소비자를 보호하기 위한 법률이 보험거래에도 적용된다. 보험업법은 이러한 일반 소비자 및 상거래와 관련된 법률을 대부분 반영하고 있으며, 보험업법에 명시하지 않을 경우에도 보험회사는 이들 법률을 준수할 필요가 있다. 일반 상거래 사업자로부터

1) 성대규(2004), p. 5.

소비자를 보호하기 위한 대표적인 법률에는 공정거래법과 소비자보호법 등이 있다. 공정거래법은 일반사업자로부터 소비자를 보호하기 위해 불공정 거래 및 공동행위를 단속하기 위한 법률이다. 동 법은 거래거절행위, 차별적 취급 행위, 경쟁사업자 배제행위, 부당한 고객유인행위, 거래강제행위, 거래상 지위 남용행위, 구속조건부 거래행위, 사업활동 방해 행위, 부당한 지원행위를 불공정거래행위로 규정하고 있다. 따라서 보험사업자의 보험영업행위가 이 법의 위반행위에 해당할 경우 불공정거래행위로 처벌 받을 수 있다.

<표 II-1> 보험 관계법의 주요 판매권유 규제의 개요

구분	법률 명칭	주요 행위규제
협회의 보험규제	상법	약관교부 및 설명
	보험업법	모집자의 요건, 부당 모집행위 금지 등
광의의 보험규제	공정거래법	불공정거래행위로 규정
	소비자보호법	일반 사업자로부터 소비자 보호
	약관규제법	약관규제 및 교부 등
	전자상거래법	인터넷쇼핑몰의 사업방법
	표시·광고법	상품광고 행위를 규제
	신용정보이용법	고객으로부터 정보이용의 활용 규제
	자본시장통합법	금융투자상품의 공통 영업행위규제

이 외에도 일반 상거래 사업자로부터 소비자를 보호하기 위한 ‘소비자보호법’, ‘약관의 규제에 관한 법률’ 등이 있다. 또한 보험회사 등은 인터넷쇼핑몰의 사업방법을 명시한 ‘전자상거래등에서의소비자보호에관한법률’, 상품광고 행위를 규제한 ‘표시·광고의공정화에관한법률’, 고객으로부터 정보이용의 동의를 받도록 명시한 ‘신용정보의이용및보호에관한법률’등에 근거한 영업행위 또는 소비자 보호규정을 준수하여야 한다.

아울러 자본시장통합법의 제정으로 원본 손실 가능성이 있는 변액보험에 대해서 이 법의 공통 영업행위규제가 적용될 예정이다.

2. 자본시장통합법의 판매권유 규제

가. 금융투자상품과 공통영업규제

정부는 자본시장의 규제와 투자자 보호를 강화하기 위하여 자본시장과 관련된 법률을 단일한 법률로 통합한 자본시장통합법이 2007년에 국회에 통과되었다. 동 법은 종전의 금융권역별 규제에서 금융기능별 규율 체제로 전환하여 금융업무범위를 확대하고, 금융투자상품에 대한 포괄주의 규율체제를 도입하여 금융투자업자에게는 공통적으로 적용되는 공통 영업행위규제와 금융투자업별 고유특성을 반영한 업별 규제를 도입하는 금융기능별 규율체제 방식을 채택하였다. 따라서 원본 손실의 가능성이 있는 투자상품을 취급하는 보험회사는 2009년 2월부터 이 법의 공통 영업행위규제가 적용될 예정이다.

1) 금융투자상품의 정의와 범위

자본시장통합법은 금융투자상품의 개념을 추상적으로 정의하여 동 정의에 해당하는 모든 금융투자상품을 법의 규율대상으로 하는 포괄주의 체제를 도입하였다. 동 법은 금융투자상품에 대한 정의 방식을 명칭과 형태를 불문하고 원본 손실이 발생할 가능성(투자성) 있는 모든 금융상품을 금융투자상품으로 정의하였다(법§3). 투자성이란 금융상품을 취득하기 위해 지급하거나 지급하여야할 금액(원본)이 금융상품으로부터 회수하거나 회수할 수 있는 금액(회수금액)을 초과하게 될 가능성을 의미 한다. 원본과 회수금액의 개념에 대해서는 각각 대통령령에서 정하고 있다. 원본에는 판매수수료, 보험회사의 위험보험료, 사업비 등 투자되는 금액이 아닌 부분을 제외하였다. 회사금액에는 환매수수료, 해지수수료 등을 제외하였다.이에 따라 실적배당형 보험상품 중에서 원본 일부 손실 가능성이 있는 변액연금 및 변액유니버설보험 등의 경우 이법의 규율대상이 될 가능성이 높으며, 원본 손실 가능성이 없는 변액보험은 금융투자상품에 포함되지 않아 보험업법의 영업행위규제가 적용될 전망이다.

2) 공통 영업행위규제

자본시장통합법은 경제적 실질이 동일한 금융기능을 동일하게 규율하는 기능별 규율원칙에 따라 금융투자업자에게 동일한 내용의 금융업 규제가 적용되고, 투자자에게도 동일한 금융거래에 대해서는 동일한 수준의 투자자 보호를 추구하고 있다. 동 법은 금융투자업에 공통적으로 적용되는 ‘공통 규제’와 금융투자업별 고유특성을 반영한 ‘업별 규제’를 마련하였다. 공통의 영업행위규제는 금융투자회사가 투자자를 상대로 영업을 함에 있어 공통적으로 지켜야할 규율이다. 신의성실의무, 금융상품 설명의무, 적합성 원칙, 손실보전 금지 등은 종전의 증권업 등에 대한 행위규제를 모든 금융투자회사에게 확대 적용하였으며, 고객의 특성을 파악할 의무(know your customer rule 이하 NYC Rule), 불초청 권유 금지(unsolicited call)등이 신설되었다. 그러나 보험의 경우 영업방식의 등의 특성을 감안하여 불초청 권유 및 재권유 금지, 약관규제가 적용제외 되었다(<표Ⅱ-3> 참조).

<표 Ⅱ-2> 자본시장통합법의 기능별 영업행위규제 유형

공통 영업행위규제		금융투자업별 영업행위규제
신의성실의무 투자자의 구분 NYC Rule 적합성 원칙 설명의무 불초청(보험제외) 재권유 금지(보험제외) 약관 규제(보험제외) 광고 규제	+	매매업자: 자기계약 금지 중개업자: 임의매매 금지 자산운용업자: 간투자자산의 운용 제한 자문·일임업자: 금전대여 금지 자산보관관리업자: 고유재산과 신탁재산의 분리

<표 II-3> 투자형보험에 대한 영업행위규제(자본시장통합법)

규제 명칭	근거	주요 내용
신의성실의무	§37	금융투자업자는 신의성실의 원칙에 따라 공정하게 금융투자업을 영위
투자자 구분	§9 §6	투자위험 감수능력을 기준으로 투자자를 일반투자자와 전문투자자로 구분
설명 의무	§47	투자권유시 금융상품의 내용, 위험에 대하여 설명하고 이해했음을 서면 확인 의무
NYC Rule	§46	투자자 특성을 면담, 질문 등을 통하여 파악한 후 서면 확인을 받을 것
적합성 원칙	§46	투자권유는 투자자의 투자목적, 재산상태, 투자경험 등에 적합하도록 함
불초청 권유 재권유 규제	§49 §4	보험상품 적용제외
광고 규제	§57	상품 위험 등 투자광고 필수 포함내용 규정
손해배상책임	§48	법 위반으로 발생한 일반투자자의 손해배상 책임

자료 : 재정경제부, 차관회의 설명회자료(2006. 12)를 보완

나. 투자자의 구분

자본시장통합법은 경제적 실질에 따라 투자자를 투자위험 감수능력을 기준으로 일반투자자와 전문투자자로 구분하고, 금융투자회사에 대해서는 고객을 항상 일반투자자와 전문투자자로 구분하여 관리하도록 의무 부과하고 있다. 투자위험의 감수능력은 전문성과 보유자산 규모 등에 의해 구분될 수 있으므로 국가, 중앙은행, 금융기관 등 기관투자자, 상장법인 등은 전문투자자로 인정된다. 일정 규모의 단체 등 비상장법인은 금융투자협회에 평가를 받은 경우에 한하여, 개인은 순자산이 일정금액 이상인 경우에 한하여 전문투자자 자격이 인정된다. 아울러 전문투자자의 요건을 갖춘 자가 일반투자자 대우를 원하고 금융업자가 이에 동의하는 경우, 일반투자자로서 투자자 보호를 받을 수 있다. 또한, 투자자 보호규제를 일반투자자에게 집중하기 위해 일반투자자와 전문투자자에 대하여 차등화 된 행위규제를 적용하였다. 이에 따라 일반투자

자의 경우 설명의무 및 적합성원칙 등과 같은 공통영업 행위규제가 적용되고, 전문투자자의 경우 다음 세 가지 행위규제가 제외된다(<표 II-4> 참조).

<표 II -4> 자본시장통합법 투자자별 공통 영업행위규제

규제 명칭	일반투자자	전문투자자
신의성실 의무	적용	적용
손실보전금지	적용	적용
설명 의무	적용	×
NYC Rule	적용	×
적합성 원칙	적용	×
부당권유 금지	적용	적용

자료 : 재정경제부 설명회자료(2006. 12)를 보완

다. 설명의무 및 배상책임 부과

설명 의무는 금융투자회사가 투자자에게 금융투자상품의 투자를 권유하는 경우, 상품의 내용과 위험 등 법령에 정한 사항을 투자자가 이해하도록 설명하여야 할 의무를 말한다. 동 법은 설명의무가 형식적인 설명에 그치지 않도록 하기 위해 설명내용을 투자자가 이해하였음을 확인하는 서명을 받도록 하고 있다. 이러한 설명의무를 이행하지 않거나 중요사항을 허위·누락하여 손해 발생시에는 금융투자회사가 배상책임을 져야 한다. 설명의무를 위반하여 투자자에게 손해가 발생한 경우 원본 결손액을 손해액으로 추정하도록 하고 있다.

라. 고객의 특성을 파악할 의무

자본시장통합법에서 ‘고객의 특성을 파악할 의무’는 적합성 원칙의 이행 수단으로 적합성 원칙과 함께 미국의 증권거래 개념에서 출발한 제도로서 현행의 증권업감독규정 관련 규정을 계승하여 법률적 의무화하였는데 의의가 있다. 현행 규정은 “증권회사는 일반고객에게 투자권유를 개시하기 전에 고객

과의 면담 등을 통하여 고객정보를 파악하기 위한 노력을 기울여야 하며 증권회사가 파악한 고객정보를 고객의 서면확인을 받아 유지·관리하여야 한다". 고객정보란 "고객의 재무상황, 소득상황, 투자목적, 고객의 위험에 대한 태도, 고객의 투자경험 및 지식, 증권회사의 투자권유에 대한 고객의 의존도"를 말한다.²⁾ 자본시장통합법은 "금융투자업자가 일반투자자에게 투자권유를 하기 전에 면담·질문 등을 통하여 일반투자자의 투자목적·재산상황 및 투자경험 등의 정보를 파악하고, 일반투자자의 서면확인을 받아 이를 유지·관리하도록 하며, 확인받은 내용을 투자자에게 지체 없이 제공하여야 한다."고 명시하였다.

마. 적합성 원칙³⁾

적합성 원칙(Suitability Rule)은 증권거래와 관련하여 미국에서 발전한 개념으로 증권업자가 투자자의 투자목적, 재산상태, 투자경험 등에 비추어 적합한 투자가 아니면 투자자에게 권유해서는 아니 된다는 원칙을 말한다. 적합성 원칙은 '고객의 특성을 파악할 의무'와 마찬가지로 현행의 규정을 자본시장통합법이 계승하여 법률적 의무사항으로 발전시킨 제도로써 의의가 있다. 즉, 현행 증권업감독규정은 "증권회사가 투자권유를 하는 경우에는 그 권유내용이 신뢰할 만한 정보·이론 또는 논리적인 분석·추론 및 예측 등 적절하고 합리적인 근거를 가지고", "증권회사가 일반고객을 상대로 투자권유를 하는 경우에는 당해 투자대상이 고객의 투자목적, 재산상태, 유가증권 투자내역 및 위험에 대한 태도 등에 비추어 당해 고객에게 적합하다고 볼 수 있는 합리적 근거를 가지고 있어야 한다."고 명시하였다. 자본시장통합법은 "금융투자업자는 일반투자자에게 투자권유를 하는 경우에는 일반투자자의 투자목적·재산상황 및 투자경험 등에 비추어 그 일반투자자에게 적합하지 아니하다고 인정되는 투자권유를 하여서는 아니 된다"는 적합성 원칙을 명시하였다.

2) 증권업감독규정 §4-15③

3) 자본시장통합법 §46 관련

바. 불초청 및 재권유 금지⁴⁾

자본시장통합법은 “투자자로부터 투자권유의 요청을 받지 아니하고 방문·전화 등 실시간 대화의 방법을 이용하는 행위”와 “투자권유를 받은 투자자가 이를 거부하는 취지의 의사를 표시하였음에도 불구하고 투자권유를 계속하는 행위” 즉, 불초청 권유와 재권유 행위를 금지하였다. 그러나 보험상품은 판매자의 적극적인 권유에 의해 구매되는 보험상품의 특성 등이 반영되어 불초청 권유 및 재권유 행위 금지의 적용이 유예되었다.

사. 투자광고 규제⁵⁾

자본시장통합법은 금융투자업자가 아닌 자가 투자광고를 하지 못하며⁶⁾, 투자광고를 할 때에도 그 금융투자업자의 명칭, 금융투자상품의 내용, 투자에 따른 위험, 기타 대통령령에서 정하는 사항을 표시하도록 명시 하였다. 또한, 집합투자의 경우 반드시 설명서를 읽을 것, 운용결과에 따라 손실 발생 가능성, 손실이 투자자에게 귀속된다는 등을 필수적으로 기재하여야 한다. 투자광고의 방법 및 절차 등에 관한 세부적인 사항은 대통령령에서 정하고 있지만, 손실보전 또는 이익보장을 오해하는 광고표시를 하지 못한다. 이법에서 규정하지 않은 표시·광고행위에 대해서는 표시광고법을 준용하도록 하였다.

4) 자본시장통합법§49, 동시행령(안)§54, 금융투자업감독규정(안)§4-7 관련

5) 자본시장통합법§57 관련

6) 이외에 협회 및 증권 발행인에 의한 투자광고는 허용하였으나, 무인가 업자와 외국 금융투자회사 등 금융투자업가 아닌 자가 금융투자업 광고를 하는 것을 금지하였다.(§57① 관련)

3. 보험업법의 보험모집 규제

가. 보험모집의 금지행위

1) 무자격자의 보험모집 금지

보험회사는 보험모집을 할 수 있는 자 이외의 자에 대한 모집위탁, 수수료, 기타 대가를 지급할 수 없다. 보험업법은 보험회사의 임직원(대표이사과 감사 제외), 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사, 금융기관대리점 등을 보험모집을 할 수 있는 자로 제한하고 있으며, 일정한 자격요건을 갖추 것을 요구하고 있다. 또한, 이들 모집종사자에 대해서는 요율 협상권, 보험료 수령권, 고지의무 수령권 등 각기 다른 권한이 부여되고 있다. 특히, 보험설계사의 경우 보험료 수령권, 계약체결 대리권, 고지의무 수령권 등의 권한이 없으므로 보험계약자가 고지의무 등을 이행하고자 할 때에는 각별히 주의가 요청된다.

<표 II-5> 모집종사자의 권한

구 분	중 개 사	대 리 점	설계사
요율 협상권	○	×	×
보험료 수령권	×	○	×
계약체결 대리권	×	○	×
고지의무 수령권	×	○	×

자료 : 금융감독원(2008), p.124

2) 체결 및 모집시 금지행위

보험업법은 보험계약의 체결 또는 모집과정에서 발생할 수 있는 보험계약자의 피해를 방지하기 위하여 보험자의 중요한 약관조항의 설명의무를 간접

적으로 규제하고, 모집종사자에게 일정한 행위에 대해 금지하고 있다. 즉, 모집종사자는 보험계약자에게 중요사항에 대한 부실고지, 계약내용의 일부 비교, 중요한 사항을 알리는 것의 방해 행위, 부실고지 권유 행위, 보험계약의 부당 소멸 또는 전환 행위를 할 수 없다. 이를 위반한 자에 대하여는 500만원 이하의 벌금에 처한다.

3) 특별이익 제공금지

보험업법은 여러 가지 사회·경제적인 문제를 유발하는 특별이익의 제공에 대해서 엄격히 금지하고 있다. 모집종사자는 보험계약의 체결 또는 그 체결 또는 모집과 관련하여 보험계약자 또는 피보험자에게 일정한 형태의 특별이익을 제공하거나 약속하지 못한다. 특별이익의 종류에는 ①초년도 납입보험료의 10%와 3만원중 적은 금액을 초과하는 금품, ②기초서류에 근거하지 아니한 보험료 할인 또는 수수료 지급, 불법 보험금액의 지급의 약속, ③보험계약자 등을 위한 보험료 대납, 대출금 이자 대납, ④보험료로 받은 수수료 또는 어음의 이자 대납, ⑤법률상 취득하는 보험대위권 행사의 포기 등의 행위를 특별이익으로 간주하고 있다.

<표 II-6> 보험모집관련 자격 및 금지규정

금지항목	금지사항 핵심내용 및 근거
무자격자 모집행위 금지	○ 수수료 지급 등의 금지(법§99) - 모집종사자 이외의 자에 대한 모집위탁, 수수료, 기타 대가 지급 금지 ○ 모집종사자(법§83) - 보험회사의 임직원, 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사, 금융기관대리점 등
허위·부실 설명금지 규제	○ 보험계약 체결 또는 모집에 관한 금지행위(법§97) - 허위사실 설명, 중요사항의 부실·불고지, 계약내용의 일부 비교금지, 고지의무 방해 행위, 부실고지 권유, 보험계약 부당 전환 금지 등
특별이익 제공 규제	○ 특별이익의 제공금지(법§98) - 최초 1년간 납입보험료의 10%와 3만원 중 적은 금액은 적법(시행령§46)
자기계약 금지	○ 자기계약의 금지(법§101) - 모집종사자 수입보험료의 50% 이상 금지
비대면채널 모집 규제	○ 통신수단 모집시 준수사항(법§96) - 전화 모집시 설명확인 음성녹음 확보, 자필서명 확보(시행령§43②) - 약관내용 표시, 자필서명 확보, 전자상거래법 및 전자서명법 일부 준수(시행령§43④)
방카슈랑스 규제	○ 금융기관대리점의 모집관련 금지행위(법§100①) - 조건부 대출, 무자격자 모집, 점포의 모집, 개인정보 부당 이용 등 - 금융기관대리점의 모집관련 준수사항(법§100②) - 고지, 모집장소 분리, 민원창구 설치 등
보험안내자료 기재	○ 보험안내자료(법§95) - 자산부채 관련사항 - 장래 이익배당 관련 사항 - 대통령이 금지하는 사항(시행령§42②)

4) 자기계약 금지

보험대리점 또는 보험중개사는 그 주된 목적으로서 자기 또는 자기를 고용하고 있는 자를 보험계약자 또는 피보험자로 하는 보험을 모집하지 못한다. 자기계약으로 간주되는 모집의 기준은 보험대리점 등이 모집한 자기 또는 자기를 고용하고 있는 자를 보험계약자 또는 피보험자로 하는 보험의 보험료의 누계액이 당해 보험대리점 등이 모집한 보험의 보험료의 50%를 초과하게 된 경우이다.

5) 비대면채널 모집시 준수사항

보험업법은 전화, 우편, 컴퓨터 통신 등의 통신수단을 이용하여 모집하는 자에 대해 일정한 자격요건을 요구하고, 하위 법령 및 규정에서 모집관련 준수사항을 엄격히 관리하고 있다. 전화로 보험모집을 할 때에는 보험계약자의 동의를 얻어 보험계약 체결을 위해 필요한 사항을 질문 또는 설명하고, 설명 등에 대한 확인내용을 음성녹음에 대한 근거 자료로 확보해야 하며, 우편 등을 통해 계약자의 자필서명을 받아야 한다. 다만, 금융위원회가 정하는 경우 자필서명을 면제하고 있다.

6) 금융기관대리점 금지행위

은행 등 금융기관 보험대리점 등은 다음과 같은 불공정 행위가 엄격히 금지된다. ①대출연계 보험상품 끼워 팔기 행위 및 우월적 지위남용으로 특정 보험회사 상품구입 요구행위, ②불법으로 보험료를 대출금으로 대납하는 행위, ③무자격 모집행위, ④점포외의 모집행위, ⑤동의 없이 개인정보를 이용한 모집행위, ⑥무자격자에게 각종 수수료 제공행위 등에 대해 엄격히 금지하고 있다. 또한, 금융기관 보험대리점 등은 보험소비자의 올바른 보험상품 선택권을 보장하기 위하여 금융기관의 지위남용이 없다는 사실 등을 세부적으로 고지하도록 하고 있다.

나. 설명의무

1) 설명의무

보험약관의 교부·설명 의무는 “보험자가 보험계약을 체결할 때에 보험계약자에게 보험약관을 교부하고 그 약관의 중요한 내용을 알려주어야 하는 의무(상법§638의 3)”를 말한다. 일반적으로 약관의 중요한 내용은 급부의 변경, 계약해제 사유 및 효과, 사업자의 면책, 고객의 책임가중 등에 관한 사항이 이에 해당 되지만 보험자가 약관의 교부·명시 의무를 부담한다는 사실과 그 위반에 대한 효과도 설명하여야 한다는 견해가 있다.⁷⁾

보험약관의 교부·설명 의무자는 보험자이다. 그러나 일반적으로는 보험자인 보험회사가 보험대리점, 보험중개사, 보험설계사 등과 같은 보험모집 보조자를 활용할 수 있다.⁸⁾ 보험법령은 보험자의 중요한 약관조항의 설명의무에 대한 구체적인 이행 방법 및 수단을 규정함으로써 간접적으로 인정하고 있으며, 체결 및 모집 시 금지행위를 위반하는 자에 대하여 500만원 이하의 과태료를 처분하고 있다⁹⁾. 또한, 보험계약자는 보험자가 동 의무를 위반할 경우 1개월 이내에 계약을 취소할 수 있다(상법§683의 3).

2) 보험상품 설명제도

보험상품 설명제도는 보험법령에서 상품설명 및 필수 기재사항을 규정하고, 보험감독규정 등이 세부기재항목을 규정하며, 보험협회가 보험안내자료별 작성방법 및 양식에 대한 자율규제를 두는 위임 법령체계를 취하고 있다.

보험업법은 보험회사 등이 보험계약자와 계약을 체결하기 전에 상호·명칭, 보험가입에 따른 권리·의무사항, 보험약관의 보장내용, 해약환급금,

7) 김성태(2001), p.196.

8) 반드시 보험자 자신이 이를 이행해야 한다는 제약이 없기 때문에 가능하다고 해석된다(양승규(1998), p.114).

9) 보험회사가 보험계약을 승낙하는 경우 지체 없이 보험증권을 보험계약자에게 교부하여야 한다(보험업감독규정 §7-45②).

예금자보호 관련 사항 등을 기재한 보험안내자료를 제공하고, 보험계약자 등에게 중요사항을 사실과 다르게 설명하지 않도록 하여 간접적인 방식의 설명의무를 부여하고 있다. 2007년 4월부터 시행된 단계별 보험안내자료 제도에 따라 보험회사는 보험계약을 권유하는 경우 가입설계서를 교부하여야 하며, 청약을 받은 후에는 상품설명서, 보험약관 및 청약서부분, 변액보험운용설명서 등을 교부하고 중요내용을 설명해야 한다. 보험계약을 승낙한 후에는 보험증권을 교부하여야 하고, 1년이상 유지된 계약에 대하여는 보험계약관리내용을 연1회(변액보험의 경우 반기별 1회) 이상 보험계약자에게 제공해야 한다¹⁰⁾. 다만, 단체보험계약 및 기업성 일반손해보험, 보험기간이 3개월 이내인 보험, 이미 가입한 보험계약과 동일하게 갱신되거나 특약을 변경하여 이미 가입한 보험계약보다 보장범위가 확대되는 보험의 경우에는 가입설계서 및 상품설명서의 제공이 유예된다¹¹⁾.

<표 II-7> 단계별 보험안내자료 제도

구 분	계약 체결전 ¹⁾			계약 체결후 ²⁾
	가입설계서	상품설명서	보험약관, 청약서부분	보험계약관리내용
전달방법	제 공	제 공	제 공	연1회 이상 통보
주요내용	보험가입조건, 보험료, 해약환급금, 보장내용, 보험금	보험계약 개요, 보험가입자의 권리·의무, 주요 보장내역, 보험계약 및 보험금 관련 유의사항	보험약관 전체, 청약서 부분	보험료납입현황, 계약자배당금, 대출금액 및 대출이율

주 : 1) 변액보험·퇴직연금실적배당보험의 경우 운용설명서 교부

2) 변액보험 및 퇴직연금실적배당보험의 경우 반기 1회

자료 : 금융감독원(2007.10), p.236

10) 다만, 통신판매의 경우에는 계약내용이 녹취되는 점을 고려하여 청약 후 5영업일 이내에 상품설명서를 서면교부토록 하였다(보험업감독규정§7-45⑦).

11) 보험업감독규정 §7-45②

상품설명서는 보험가입 조건별로 필수 안내사항을 중심으로 A4지 4장 내외로 작성하여 소비자에게 불리한 사항을 반드시 설명해야 한다. 여기서 불리한 사항이란 보험금 지급 면책사항, 지급제한사항, 보험금 지급관련 오해를 유발할 수 있는 사항 등이다. 또한, 소비자의 이해력을 높이기 위해 보험계약과 관련된 전문용어를 삼가며, 일상용어를 중심으로 표기하고 최소 10p 이상의 글자크기 사용 및 배색을 활용하도록 하였다. 상품설명서에는 보험계약자가 '상품설명서를 교부받고 설명을 들었음'을 직접 서술식으로 작성한 후 서명하도록 청약시 '보험계약자의 확인제도'를 도입하였다. 이외에도 상품설명서, 보험계약청약서, 보험증권 등에 보험모집자의 소속, 성명, 연락처를 기재하도록 하는 보험모집인 실명제를 도입하였다¹²⁾.

<표 II-8> 보험안내자료 세부 기재사항

구 분	시 기	주요 내용	비 고
가 입 설계서	권유시	가입조건, 보험료, 보장금액, 해약환급금 산출 예시	
상품 설명서	청약시	①당해 보험계약 개요, ③보험계약의 주요보 장내역, ②보험가입자의 권리·의무, ④보험금 지급관련 유의사항, ⑤해약환급금 등 보험계 약 관련 유의사항, ⑥기타 소비자 보호에 관 한 사항 등	
변액보험 운용 설명서	청약시	①변액보험 가입시 유의사항, ②변액보험의 개요 및 상품구조, ③변액보험 특별계정별 자산의 운용 및 평가, ④변액보험 특별계정 운용에 대한 보수 및 수수료, ⑤최근 3개년의 변액보험특별계정운용 실적	변액 보험 대상
보험계약 관리내용	계 약 체 결 후	①보험료납입현황, ②대출금액 및 대출이율, ③금리변동형의 경우 직전년도 적용한 부리이 율 변동 현황(연1회 이상 제공)	1년이상 유지계약 대상

자료 : 보험업감독규정시행세칙 §5-11

12) 금융감독원(2006.11), pp.2~3.

한편, 통신판매의 경우 보험회사는 준법감시부서의 승인을 거쳐 통신판매용 표준상품설명대본을 작성하고, 모집종사자가 설명대본에 따라 약관의 주요내용을 설명 및 판매하는지 관리하여야 한다. 또한, 보험회사 및 모집종사자는 전화 모집시 전 과정을 음성 녹음하여야 한다.

3) 자필서명 의무

자필서명은 고객의 청약의사 표시이다. 그러므로 보험모집인은 보험계약자와 보험대상자(피보험자)가 청약서에 자필서명 하는 것을 확인하여야 한다. 다만, 전화, 우편, 컴퓨터 통신 등 통신수단을 통한 모집의 경우나 금융위원회가 정하는 경우 유예하고 있다.

다. 공시제도 및 광고규제

1) 보험공시제도의 종류

현행 보험정보공시제도는 경영공시와 보험상품공시로 구분할 수 있다. 전자는 회사의 재무 및 손익현황에 대한 정보이며, 후자는 소비자가 상품내용과 보험료 등을 보다 쉽게 알 수 있도록 설명하는 정보이다.

아울러 2003년 11월부터 보험상품의 비교·공시제도를 도입하여 보험협회가 인터넷 홈페이지에 보험회사별·보험종류별로 비교·공시하고 있다. 또한, 방카슈랑스의 시행으로 보험회사가 보험대리점 모집수수료율을 공시하고 있다¹³⁾.

2) 보험상품의 광고

현행 보험업법은 보험상품 광고행위에 대해 전문적으로 명시하지 않고 간접적인 방식으로 규제하고 있다. 즉, 보험회사는 보험광고 행위시에는

13) 생명보험협회(2006), p.101 참조

보험계약 체결 또는 모집에 관한 금지 규정(법§97)과 보험안내자료(법§95) 등의 규정 따라 보험광고 행위를 하며, 보험감독당국이 정한 '보험상품 판매광고 가이드라인', '보험통신판매 가이드라인'을 준수하여야 한다. 또한, 보험협회는 보험감독당국이 부여한 권한에 따라 광고행위에 대한 세부적인 사항과 광고행위에 대한 기준인 '광고·선전에 관한 규정'을 두어 자율적으로 운영하고 있다. 보험업계는 보험광고 매체에 대한 사전·사후 심의를 위해 광고심의위원회를 두고 심사하고 있다.

아울러 보험광고는 불특정 다수인을 대상으로 하는 광고행위에 해당하므로 일반적인 광고규제 기준에 따라 바르고 정확한 표시·광고행위를 하여야 한다. 공정거래위원회는 일반 광고사업자 등이 불특정 다수인에게 광고하는 행위에 대해 '표시·광고의공정화에관한법률'과 '보험상품표시·광고에관한심사지침'을 마련하여 광고행위로부터 보험 소비자를 보호하고 있다¹⁴⁾.

<표 II-9> 보험광고에 관한 법률 및 규제근거

법률 및 규제현황	주무기관	제정연도
표시·광고의공정화에관한법률	공정거래위원회	1999
보험상품표시·광고에관한심사지침	공정거래위원회	1999
보험업법	금융위원회	2005
보험상품 판매광고 가이드라인	금융감독원	2006
보험통신판매 가이드라인	금융감독원	2006
생명보험광고·선전에관한 규정	생명보험협회	2005

라. 변액보험의 모집규제

자본시장통합법은 원본 손실의 가능성이 있는 투자상품을 규제 대상으로 한다. 그러므로 원본 손실의 가능성이 없는 보험상품에 대해서는 보험업법의 영업행위규제가 적용된다. 특히, 변액보험상품은 투자실적에 따라

14) 동 법은 불특정다수인을 상대로 TV, 신문 및 인터넷 매체 등을 주로 하는 상품 광고를 대상으로 하고 있다(보험업법시행령§2)

보험금과 환급금이 변동하는 실적배당형 상품으로서 보험과 간접투자상품의 성격이 동시에 있다. 다만, 현재 생명보험회사는 원본 손실의 가능성이 있는 변액보험과 원본 보장형 변액보험을 동시에 판매하고 있는 실정이다. 따라서 원본 보장형 변액보험의 경우 보험업법의 영업행위규제가 적용될 가능성이 높다. 보험업법과 하위법령은 실적배당형 상품인 변액보험에 대해 엄격한 행위규제를 두어 보험소비자를 보호하고 있다.

1) 상품설명제도

보험회사 및 모집종사자는 변액보험계약자와 계약을 체결하기 전에 가입설계서와 상품설명서, 변액보험운용설명서, 보험계약청약서 부분 및 보험약관을 제공하고 그 중요한 사항을 설명하여야 한다. 또한, 변액보험의 판매과정 상에 발생할 수 있는 소비자 피해를 최소화하기 위해 보험안내자료 필수 기재 사항, 변액보험 판매시 준수사항, 광고의 내부통제 등과 같은 영업행위규제가 마련되어 있다.

보험회사 등이 보험계약자와 변액보험계약을 체결하고자 하는 때에는 미리 다음 사항이 포함된 보험안내자료를 보험계약자에게 제공하고 그 주요내용을 설명하도록 하고 있다. 보험회사가 작성하는 보험안내자료에 반드시 기재해야할 항목에는 ①변액보험자산의 운용성과에 따라 납입한 보험료의 원본에 손실이 발생할 수 있으며, 그 손실이 보험계약자에게 귀속된다는 사실, ②최저로 보장되는 보험금이 설정되어 있는 경우 그 내용 등을 포함한다¹⁵⁾. 아울러 보험회사는 자사의 인터넷을 통해 특별계정 관련사항을 공시하여야 한다.

2) 모집금지 사항¹⁶⁾

변액보험의 판매시 다음과 같은 행위를 금지하고 있다. ①납입한 보험료의

15) 보험업법시행령 §42①

16) 보험업감독규정§4-31의 2 관련

원본을 보장하는 권유 행위, ②모집과 관련하여 취득한 정보를 자신 또는 제3자의 이익을 위하여 이용하는 행위, ③허위표시 또는 중요한 사항에 대하여 오해를 유발할 수 있는 표시 행위, ④사실에 근거하지 아니한 판단자료 또는 출처를 제시하지 아니한 예측자료를 제공하는 행위, ⑤보험회사 공통의 모범규준을 위반하는 행위 등을 금지하고 있다.

3) 광고¹⁷⁾

보험회사가 변액보험상품을 광고하는 경우 다음사항을 포함하여야 한다. ① 운용성과에 따라 납입 보험료의 원본에 손실이 발생할 수 있으며, 그 손실이 보험계약자에게 귀속된다는 사실, ②예금자보호법의 적용을 받지 않는다는 내용, ③과거 운용실적, 해약환급금, 보험금 등을 예시 광고하는 경우 예시내용이 미래의 수익을 보장하는 것이 아니라는 내용을 기재하여야 한다.

4) 자율규제

생명보험협회는 변액보험의 완전판매를 유도하기 위하여 변액보험 판매시 보험사가 준수하여야 할 모범판매규준을 제정하고 자율적으로 시행하고 있다.

‘변액보험 판매모범규준(2005)’에는 변액보험 판매시 보험사가 준수하여야 할 모범판매규준을 생명보험업계가 자율적으로 제정·시행하고 있다. ‘변액보험 판매모범규준(2005)’에는 ①변액보험 투자성향 분석서 및 변액보험 주요내용 안내확인서 등의 제공 ②변액보험은 예금자보호법에 의하여 보호되지 않고, 실적에 따라 보험금이 변동되며, 손실발생도 가능함을 안내, ③변액보험 계약 후 보험계약자에 대하여 모니터링 실시, ④서면 설명안내서의 도입 및 설명기준을 제시하여 변액보험과 관련한 주요사항은 서면안내서를 제공하면서 설명하고 보험계약자의 확인서를 징구하는 등의 내용을 포함하고 있다.

17) 보험업법감독규정§4-35의 2 관련

Ⅲ. 주요국의 투자형보험 판매권유 규제

1. 미국

가. 판매규제 근거법의 체계

1) 미국 보험규제 체제의 특징

미국은 전통적으로 금융분업 체제를 유지하던 배경으로 인해 영국이나 호주와 같은 통합금융법 체제가 아닌 금융권역별 근거법에 의해 해당 금융업을 규제하는 규제체제를 운영하고 있다. 보험규제의 특징은 각의 주정부가 제정한 주 보험법에 근거하여 보험감독청이 감독권한을 수행한다는 점이다. 다만, 변액보험은 주 보험법의 규제대상이기도 하지만 유가증권으로 분류되어 증권거래위원회 등의 감독을 받기도 한다.

2) NAIC의 모델법

미국은 각주의 보험감독관을 회원으로 하는全美보험감독협의회(NAIC: National Association of Insurance Commissioners 이하 NAIC)를 운영하고 있다. NAIC는 주별로 상이한 보험법령을 표준화하기 위하여 모델법과 모델규칙을 제정 및 제시하는 보험감독관 협의의 기구체이다. NAIC가 채택한 모델규칙에 대한 강제적 구속력은 없으나, 주 정부는 NAIC의 모델법을 바탕으로 독자적인 수정을 가하여 주 보험법에 반영하고 있다. 대표적으로 NAIC의 '불공정거래관행모델법(Unfair Trade Practices Act)'은 뉴욕주를 포함하여 대부분의 주정부가 보험법에서 채택한 모델법이다. 주 보험감독청은 이 모델법에 따라 불공정 보험거래에 해당하는 금지행위를 세부적으로 분류하고, 위반행위에 대해서 모집인의 판매자격의 취소와 벌금 처분 등을 내릴 수 권한이 있다. 보험약관의 부실표시 및 허위광고 등 주 보험법에서 명시하는 대부분의 보험영업행위가 이 모델법을 기초로 작성되었다고 볼 수 있다.

<표 III-1> 미국 NAIC의 주요 보험모집규제 모델명

NAIC 모델명	주요 내용
Producer Licensing Model Act(보험모집인 면허 모델법)	모집면허 및 비거주자모집인면허 교부요건
Unfair Trade Practices Act (불공정거래관행모델법)	사업자의 불공정거래관행 정의와 금지규정
Life Insurance Disclosure Model Regulation(생명보험공시모델규칙)	상품 판매권유 시 정보제공 의무 규정
Advertisements of Life Insurance and Annuities Model Regulation(생명보험및연금광고모델규칙)	상품광고에 대한 기재사항 및 보험자 의무 규정
Life Insurance Illustration Model Regulation(생명보험계약 예시모델 규칙)	판매시 보험계약 예시 필수기재사항 및 금지 행위 규정
Life Insurance and Annuities Replacement Model Regulation(생명보험·연금 승환모델 규칙)	모집인이 고객에게 승환권유시 설명책임과 준수사항 규정
Suitability in Annuity Transaction Model Regulation(연금거래의 적합성 모델규칙)	연금 거래시 고객의 가입 목적 재정사항을 고려하여 권유 규정 등
Variable Life Insurance Model Regulation(변액생명보험 모델규칙)	변액보험 판매시 고객의 가입 목적 재정사항을 고려하여 권유 규정 등

자료 : 損害保險総合研究所(2004), p.15 보완

3) 변액보험 규제에 근거와 배경

미국에서는 변액보험이 등장하기 이전까지 보험상품이 증권거래법의 규율 대상으로 될 수 있는가에 대해 대체로 소극적인 입장이 지배하고 있었다. 그러나 1950년대 초 변액연금이 처음으로 개발되면서 변액연금이 보험계약자가 투자리스크를 부담하고 있는 점에서 증권에 해당한다는 논의가 확산되었다. 이러한 논의과정을 거쳐 1959년 미국 최고재판소는 변액연금이 연방증권법에 근거하여 증권거래위원회(SEC)의 감독을 받아야 한다는 중요한 판결을 내렸다. 이를 계승하여 1964년 연방법인 증권거래법이 개정되면서 이때부터 변액보험에 대해 각주의 보험법에 추가하여 증권3법¹⁸⁾이 적용되게 되었다.

이러한 변액보험 규제에 추세에 대한 보험사업자의 거부감도 적지 않았

18) 증권법(1933), 증권거래법(1934), 투자회사법(1940)

다. 보험사업에 대한 규제는 원래 주보험청의 권한에 속한다는 인식이 지배하고 있었기 때문이다. 이러한 논의과정을 거쳐 NAIC는 1962년 변액계약모델법(Model Variable Contract Law)과 1973년 변액생명보험 모델규칙(Variable Life Insurance Model Regulation)을 제정하여 변액연금·보험을 규제하고자 하였다. 현재 미국의 3분의 2이상의 주 정부가 NAIC의 모델법과 모델규칙을 반영한 보험법을 적용하고 있다¹⁹⁾.

4) 증권관련법과 감독²⁰⁾

보험사업의 감독은 제1차적으로는 각 주정부에 의하여 행하여지고 있으므로 변액보험도 각주의 보험법에 기초하여 주 보험감독청이 감독하고 있다. 다만, 생명보험회사의 특별계정에 의한 변액보험사업에 대해서는 추가적으로 증권3법에 근거한 SEC의 규제가 적용된다.

증권법(1933)은 신규로 유가증권을 발행할 때 판매자료나 문서에 기재할 사항을 규정한 법률로 생명보험회사가 변액보험을 판매할 경우 그 계약을 SEC에 등록해야 한다. 또한, 회사는 사업계획서를 증권발행 전에 변액보험 계약자에게 제공하여야 한다. 다만, 변액보험계약에 대해서는 주 증권법의 등록규정의 적용을 제외하고 있는 주가 많다.

증권거래법(1934)은 유가증권의 거래, 증권거래소 회원이나 브로커에 의한 불공정 거래의 규제하는 법률이다. 이 법에 따라 변액보험계약 업무를 영위하는 생명보험회사는 변액보험계약에 관련된 분리계정에 관하여 유가증권의 거래를 행하는 브로커 딜러로서 SEC에 등록하고, NASD²¹⁾의 규제에 따라 재무 보고를 해야 한다.

투자회사법(1940)은 투자회사 등에 대해 그 경영에 직접 개입하여 규제하는 법률이다. 이 법에 따라 변액보험계약에 관련된 특별계정은 SEC에 등록하여

19) 보험연구소(1994, pp.21~28), 전우현(2006, pp.105~109), 김종선(2006, pp.36~38), 田中淳三(1987, pp.8~11) 참조

20) 보험개발원(1994), pp. 26~29.

21) 전미증권업협회(National Association of Securities Dealers)

야 하며, 특별계정을 설치하여 운용하는 회사는 투자회사로 등록하고 본 법의 규제에 따라야 한다. 다만, 주 보험법을 준수하고 계약시 사망보험금액을 최저보증액으로 한 변액보험에 대해서는 투자회사법의 적용을 제외하고 있다²²⁾.

<표 III-2> 미국의 변액보험 근거법과 감독주체

업무의 종류	근거법	규제 주체
변액연금·보험의 인수(발행)	各州 보험법 증권법(1933)	各州의 보험감독청 SEC(증권거래위원회)
변액연금·보험의 판매	各州 보험법 증권법(1933) 증권거래법(1934)	各州의 보험감독청 SEC(증권거래위원회)

5) 보험법과 감독²³⁾

주 보험법의 규제대상은 약관, 요율, 책임준비금, 책임준비금 적립방법, 분리계정의 운영 및 투자, 계약자 보고서, 모집안내서, 영업사원의 면허제도 등이다.

뉴욕주 보험법은 보험회사가 변액보험을 판매하기 위해서는 일정한 사항을 재량기준으로 한 주보험감독관의 인가를 받아야 한다. 즉, 변액보험의 판매가 계약자 및 소비자의 이익 및 공익을 해치지 않을 것, 보험회사의 연혁 및 실적, 임직원의 성격·책임감·적합성, 재무상태, 5년 이상 생명보험 사업을 영위하고 있을 것 등이다. 뉴욕주는 영업사원의 변액보험 판매에 관한 규정이 없다. 다만, 계약서의 기재사항 및 각종 서식에 관한 규정을 두고 있다. 즉, 계약서에는 그 계약에 근거하여 지급되는 변액보험금 등을 결정하는 방법에 대하여 그 특징을 분명히 하고 또는 지급되는 금액이 증감한다는 취지를 계약서 및 보험증권 제1페이지의 잘 보이는 곳에 기재하

22) 연방 증권법에 대해서는 김선정(1997, pp.219~221) 참조

23) 보험개발원(1994), pp.28~31.

여야 한다. 계약서 및 청약서의 서식은 모두 뉴욕주 보험감독청에 신고하여야 하며, 서면에 의한 사전인가를 받은 후 판매에 사용할 수 있다. 아울러 과거의 실적에 근거하여 장래급부를 예상·예시하는 것은 금지되어 있으며, 급부의 예시(Illustration)에 대해서는 주 보험감독관이 정한 지침과 양식에 따라 작성하여야 한다²⁴⁾.

나. 모집 금지행위

미국 대부분의 주는 변액연금·보험에 대해 변액생명보험 모델규칙을 적용하는 등 엄격한 규제를 두고 있다.

뉴욕주 보험법(New York Insurance Law: 이하 NYIL)은 생명보험모집인을 보험모집인과 보험중개인의 2가지 형태로 분류하고 주보험감독청이 발행하는 면허증 없이 보험모집활동을 할 수 없다고 명시하고 있다(NYIL §2102(a)(1)). 또한, 보험모집과 관련하여 보험회사 또는 보험모집인에게 정보제공의무와 명시 의무 등을 규제하고 있다(NYIL §3209 (c),(h)). 보험회사의 대리점 및 기타의 개인 등이 금지하여야 할 행위로서 부실표시, 사실을 오도하는 진술 및 불완전한 비교를 금지하고 있고, 보험계약자 사이에 차별적 취급을 하거나 보험료를 할인하는 등 특별이익을 제공하는 행위를 할 수 없도록 규정하고 있다(NYIL §2123, §4123 (d)(1)).

다. 투자자의 구분

미국은 보험관계 법령은 일반계약자와 전문계약자로 고객을 분류하는 특별한 규정이 없고, 증권거래와 관련하여 전문투자자에 해당하는 적격계약참가자(accredited investor)제도를 도입하고 있다(증권법§4(5)(6)). 증권법은 증권의 사모 등과 관련하여 적격투자자에 대해서는 발행공시 규제를 적용하지 않으며, 증권거래법규칙에 따라 적격투자자를 구체적으로 열거하고 있다(SEC Rule 501(a), SEC Rule 215).

24) 김광수(2004), pp.38~39.

미국의 SEC Rule의 적격투자자 요건은 투자에 관한 경험이 있는 자는 물론이고, 경험이 없더라도 충분한 자력을 가지는 자도 투자위험을 감당할 수 있다고 보아 적격투자자의 정의에 포함 한다. 적격투자자에 관한 정의는 소규모발행, 사모발행시의 공시규제와 관련된 규정이기도 하나, 일반 투자자와 구별되는 개념이다. 이 개념은 금융관련 전문지식, 재정능력 등을 근거로 적격투자자를 정의하고 있는 대표적인 규정으로서, 양자의 구분기준을 정하기 위한 참고기준이 될 수 있다.

라. 상품설명제도

미국은 생명보험모집에 있어서 NAIC의 공시규칙과 예시규칙을 적용하는 등 손해보험모집 보다 비교적 엄격한 규제를 두고 있다.

뉴욕주는 보험모집인이 예비 보험가입자에게 생명보험상품을 권유할 때 가장 먼저 자신이 보험모집인으로 행동할 것이라는 사실과 대리하고 있는 보험회사의 명칭을 안내하여야 한다(NYIL §3209). 뉴욕주는 NAIC의 생명보험공시 모델규칙(Life Insurance Disclosure Model Regulation, 1984)²⁵⁾을 반영하여 3가지 유형의 보험안내자료를 필수적으로 제공하고 있다. 변액보험을 포함한 생명보험의 모집시 예비 보험가입자에게 ①보험가입 안내서(buyer's guide), ②보험계약 체결전 안내서(preliminary information), ③보험계약 개요서(policy summary)를 제공해야 한다. 보험가입 안내서와 보험계약 체결전 안내서는 보험소비자의 청약시 또는 그 이전까지 제공하여야 한다. 보험계약 개요서는 약관 교부시 보험료 및 보험금의 예상액 등의 주요 계약내용을 제공하는 서면자료로 증권 교부시 제공하여야 한다. 이들 ①, ②, ③의 보험안내자료는 각각 독립된 문서로 작성 및 교부되어야 하며, 주 보험감독청의 지침(①, ②, ③)과 양식(②, ③)을 준수하여야 한다(NYIL §3209).

25) 이 모델규칙은 2006. 10월 현재, 뉴욕주를 비롯하여 42개주의 보험법이 반영하고 있다(胡健芳(2005), p. 111).

<표 III-3> 미국의 변액보험 판매시 필수 보험안내자료

구분	제공자료 근거	설명자료 유형
청약시. 그 이전	buyer's guide (NYIL규칙§74)	• 보험금 및 보험종류의 선택방법 • 계약의 조기 해약에 따른 계약자 부담 • 계약전환시 비용 상승 가능성 등
	Preliminary Information (NYIL§3209 d)	• 판매자 기본정보, 계약명칭, 보험사명 등 • 대출계약 금리 등 조건 • 비용지수 및 연평균 배당액 • 해약환급금액, 청약철회제도 등
증권 교부시	Policy Summary (NYIL§3209 e)	• 판매자 기본정보, 계약명칭, 보험사명 등 • 배당보증이 아니라는 사실 • 비용지수 및 급부내용, 해약환급금 등 • 단, 보험계약 체결전 안내서 제공시 생략 가능
증권 교부후	보험계약 파일 (NYIL§3209 g)	• 지점 및 사무소에 계약개요 사본을 포함한 보험계약 파일 비치

자료 : NYIL3209, NYIL규칙 74

마. 적합성 원칙

1) NASD의 적합성 원칙

적합성 원칙은 1930년대의 불법적 증권 중개행위를 방지하기 위한 미국의 간판이론(shingle theory)에서 유래한다²⁶⁾. 연방 증권법은 적합성 원칙에 대해 직접적으로 규제하지 않고, 증권거래위원회(SEC)의 증권거래에 관한 규칙에서 전미증권업협회(NASD)에 위임하는 방식으로 규제하고 있다.

NASD의 규칙 제2310호(적합성 원칙)는²⁷⁾ 변액보험도 그 규제대상으로 하

26) 간판이론은 간판을 내걸고 있는 브로커·딜러가 증권투자상품을 권유하는 경우 권유내용에 고객에 대하여 성실하게 업무를 수행하겠다는 묵시적인 표시(implied representation)를 하였다고 보며, 간판을 내 걸때는 합리적인 근거(resonable basis)가 있어야 하고, 그 전제로서 권유 증권에 대한 합리적인 조사를 행하여야 한다는 이론이다(오성근(2002), p. 8 참조).

27) 동 규칙 §2310(Suitability) a항은 고객에게 어떤 증권의 구입, 매각, 또는 교환을 권유함에 있어서 증권중개인 등은 당해 고객이 보유하고 있는 다른 증권 및 재무상황·재무상의 필요성에 관한 정보가 공시되는 경우에 그 정보에 기

고 있는데 “SEC에 등록된 증권상품을 판매할 때 증권 중개인은 기관투자자 이외의 고객에 대해 거래를 추천함에 있어서 그 거래를 실행하기 전에 ①고객의 재무상황, ②고객의 과세상황, ③고객의 투자목적, ④고객에게 권장할 때 증권중개인 등에 의해 이용되고 나아가 합리적이라고 생각되는 기타의 정보를 입수하기 위한 상당한 노력을 하여야 한다”는 이른바 고객의 특성을 파악할 의무(NYC Rule)를 간접적으로 명시하였다(NASD Conduct Rule 제 2310(b)). 또한, 고객에게 “상품을 설명할 때 투자신탁과 변액상품의 차이를 명확히 하도록” 명시하였다(NASD Rule 2210-2(a)).

NASD는 변액보험이 주식이나 뮤추얼 펀드와는 달리 생명보험상품이기 때문에 권유하는 상품이 적합한지에 대한 확인만으로는 부족하다는 판단하여 2000년 변액보험 판매시의 가이드라인을 정한 증권중개인 대상의 주의지침을 마련하였다. 이 지침은 적합성 원칙과 관련하여 고객의 특성을 파악할 의무(NYC Rule)를 상세하게 규정하고 적합성 검사와 보험료 납입 능력을 검사하도록 명시하였다²⁸⁾. 증권회사 및 증권브로커 등이 적합성 원칙 등을 위반할 때에는 증권거래위원회(SEC)에 의한 행정처분과 증권업협회의 자율규정에 의한 판매원의 등록 취소 등의 처분을 받게 된다.

2) NAIC의 적합성 원칙

‘변액생명보험 모델규칙(Variable Life Insurance Model Regulation, NAIC)’은 변액보험이 보험상품으로서 요건을 갖추기 위해 변액보험 모집인에 대한 자격요건, 적합성 원칙, 보험증권에 기재할 중요사항, 특별계정의 설정 등의 영업행위 및 자산운용규제 내용을 주요 내용으로 한다.

초하여 권유가 당해 고객에게 적합하다고 믿기 위한 합리적인 근거를 갖지 않으면 안 된다고 하고 있다(NASD Conduct Rule 제2310).

- 28) 즉, “증권중개인 등은 고객의 연령, 수입, 실제 자산, 실제 유동성자산, 피부양자의 수, 투자목적, 보험료의 출처, 투자경험, 기존의 투자 및 생명보험계약, 투자기간, 리스크의 허용도에 관한 정보를 입수하기 위한 상당한 노력을 하고, 그 정보를 기초로 당해 고객이 변액보험을 필요로 하는지 여부, 보험료를 지속적으로 납입할 능력이 있는지 여부를 검사하도록” 명시하고 있다(맹수석(2003), pp. 17~18)

이 모델규칙에는 다음과 같이 적합성 원칙을 도입하여 변액보험 예비 가입자를 보호하고 있다. 즉, “보험자가 계약자의 보험가입 목적, 투자목적, 재정상태, 니즈 등의 충분한 정보를 기초로 당해 상품의 구입이 예비 고객에게 적합한지에 대한 합리적인 근거가 없을 경우 권유 및 판매해서는 안 된다(§3 c)”고 한다. 권유하는 상품이 적합한지 여부를 판단하기 위해서는 “연령, 수입, 배우자의 유무, 피부양자의 수·연령, 저축 및 기타 자산가치, 현재의 생명보험 가입의 상황” 등의 요소를 고려하도록 명시하고 있어 종전에 증권상품에 대해서만 적용해 오던 ‘고객의 특성을 파악할 의무(NYC Rule)’를 도입하였다. 아울러 변액보험에 대해 보험회사가 적합성 기준(standards of suitability)의 사내기준을 마련하도록 규정하고 있다. 보험감독협의회(NAIC, 2006년 8월)의 조사에 의하면 변액보험의 경우 32개 주, 변액연금을 포함한 연금보험의 경우 14개 주가 적합성 원칙을 도입하고 있는 것으로 나타났다.

<표 III-4> 미국의 적합성 원칙 도입 현황

구분	개인연금		변액	
	고령자 대상	일반인 대상	보험	연금
가입유형 상품				
도입 수	13개 주	12개 주	32개 주	2개 주

자료 : NAIC(2006. 8), II-LI-55-1 ~ LI-80-8

3) 연금의 적합성 원칙

미국에서는 연금상품을 판매할 경우에도 적합성 원칙을 적용하도록 하는 노력이 시도되고 있다. NAIC는 2003년에 제정한 ‘연금거래의 고령자모델규칙(Senior Protection in Annuity Transaction Model Regulation)’²⁹⁾의 내용을 그대로 계승하여 2006년 연금거래의 적합성 모델규칙(Suitability in Annuity

29) NAIC는 고령자를 대상으로 하는 부실판매 및 강매 등을 개선하기 위해 제정된 ‘연금거래의 고령자모델규칙’은 보험회사 및 모집인이 65세 이상의 고령자에게 변액연금의 판매시 적합한 상품을 권유하도록 하는 규칙으로 13개의 주보험법이 반영하였다(損害保險総合研究所(2006), p. 157, 土浪修(2005), pp. 3~4 참조).

Transaction Model Regulation; 2006)을 도입하였다. 이 모델규칙은 종전의 고려자 연금 소비자를 확대 적용하여 모든 연금 가입자로 대상으로 하여 연금 상품 권유시 적합성 원칙을 적용하는 등의 내용을 담고 있다.

이 모델규칙은 “보험회사 또는 판매자가 고객에게 연금 또는 연금 승환을 권유할 경우 고객의 재산상태, 세무현황, 투자목적 등의 정보를 파악하는 노력을 하고 추천하는 상품이 적합하다고 신뢰할 수 있는 합리적인 근거를 확보하도록”하는 적합성 원칙을 도입하였다. 또한, 보험모집인의 모집행위에 대해 보험회사가 감시 체제를 구축하도록 규정하고 있고, 고객이 정보제공을 거절할 경우 적합성 의무를 면제할 수 있도록 하는 예외 규정을 두었다(\$6 관련).

바. 고객의 특성을 파악할 의무(NYC Rule)

미국은 보험법령상 보험회사에 대한 고객의 특성을 파악할 의무를 명시적으로 부여하고 있지는 않지만, 미국증권업협회(NASD)와 전미보험감독관협회(NAIC)는 변액보험에 대해 고객에게 적합한 상품을 판매하기 위해 고객의 정보를 충분히 파악하도록 규정하고 있어 사실상의 고객의 특성을 파악할 의무를 부여하고 있는 것으로 해석 된다(NYSE Rule §405)³⁰⁾.

사. 투자권유 금지

미국은 변액보험에 대한 ‘불초청 권유 금지(Unsolicited Call)’에 대한 특별한 법 규제는 없다. 뉴욕주는 변액보험의 권유 및 판매행위시 변액보험모집인의 자격 요건을 갖추도록 요구하고 있다.

그러나 변액보험의 권유행위를 포함한 일반적인 상거래의 경우 전화권유 거부(Do Not Call) 등록 제도가 도입 및 운영되고 있다. 뉴욕주는 일반적인 상거래시 상법(§399-z) 및 ‘전화권유거부규칙(Do Not Call Regulations, 2001)’에 따라 전화번호부에 등록된 특정고객에게 전화로 권유하는 것을 금지하고 있다³¹⁾. 만약 전화판매권유업자가 등록된 거부 전화에 판촉행위를 하

30) NYSE Rule §405

여 이 규칙을 위반할 경우 최고 1천달러의 벌금이 부과된다³²⁾. 다만, 전화소비자판매규칙(TCPA)에 따라 과거 상품구매 경험에 있거나 사전에 서면으로 동의한 소비자의 경우 적용을 제외한다.

아. 변액보험의 광고규제

보험상품의 일반적인 광고규제에 대한 근거는 NAIC가 불공정 보험거래를 단속하기 위해 제정한 ‘불공정거래관행모델법(UTP)’과 ‘생명보험 및 연금의 광고모델규칙’이 있다. 변액보험의 경우 NAIC의 변액생명보험 모델규칙과 미국증권업협회의 자율규정을 준수하여야 한다.

‘변액생명보험 모델규칙’에는 보험판매를 위한 각종 자료나 도표, 그림 등에 거짓, 오도, 기만, 부정확한 서술을 금지하는 내용을 포함하고 있다 (§3 d). 변액생명보험은 추가적으로 NASD의 광고에 대한 자율규제도 받아야 한다.³³⁾ 이를 근거로 변액상품은 투자상품과의 차이를 설명하여야 하며, 판매 인쇄물을 사용 후 10일 이내에 NASD에 제출해야만 한다. 또한 변액보험의 광고표시요건에 관해서 연방법과 주법이 모순되는 경우 연방법이 우선하는 것으로 되어 있다(광고모델규칙 §3 a).

2. 영국

가. 판매규제 근거법의 체계

1) 통합금융법률

영국은 통합금융법을 추진하기 위하여 금융서비스법(Financial Service Act,

31) 연방공정거래위원회가 운영하는 www.ftc.gov/donotcall에서 Do Not Call 등록 가능

32) 현재 20개주 이상이 전화소비자보호법(1991) 및 전화소비자판매규제(TCPA 규칙)에 따라 Do Not Call 제도를 도입하고 있다(안철경·신문식·이상우·조혜원(2003), pp. 50~51).

33) NASD Rule 2210-2(변액보험과 변액연금에 관한 대중과의 커뮤니케이션)

1986)을 제정하였으며, 금융서비스시장법(Financial Services and Markets Act, 2000)을 제정하였다. 금융서비스시장법(FSMA 2000)은 종전의 개별법으로 존재하던 보험회사법, 은행업법, 금융서비스법, 주택공제조합법, 공제조합법 등의 5개 법률을 통합하고 감독당국을 금융감독청(FSA)으로 일원화하는 통합금융법의 완성판이다. 영국은 점진적인 방식으로 통합금융법을 제정하기 위해 1986년에 증권과 선물, 투자신탁, 장기보험상품(long term insurance policies)³⁴⁾등의 투자서비스만을 대상으로 한 금융서비스법(FSA 1986)³⁵⁾을 제정한 바 있다. 금융서비스시장법은 여기서 그치지 않고 은행, 보험업을 포함 업무행위는 물론 자산건전성기준까지 규율함으로써 완전한 형태의 통합금융법을 의미한다.

금융서비스시장법(2000)은 소비자에게 적절한 수준의 보호가 확보될 수 있도록 사업자와 소비자의 관계를 적절히 명시하고 있다. 즉, 소비자 보호의 수준은 다음 사항을 고려할 필요가 있다(\$5 (1), (2)) ①투자와 기타 거래별로 리스크가 다르다는 점, ②각각의 소비자가 관여하는 상품별로 또 경험과 능력별로 보호의 정도가 다르다는 점, ③소비자가 조언과 세밀한 정보를 어느 정도 필요로 하고 있는가 하는 점, ④소비자는 자기의 결정에 대하여 책임을 부담해야 한다는 점이다³⁶⁾.

2) 영업행위규칙

금융감독청(FSA)의 금융영업규칙에는 세 가지가 있다. 투자 및 저축성보험을 포함한 모든 금융규제행위에 적용되는 일반영업규칙(COB)³⁷⁾과 손해보험계

34) 생명·연금보험, 결혼·출산보험, 변액보험 등이 주요 대상이다.

35) 금융서비스법은 일상적인 감독권한의 대부분을 민간자율규제기관에게 이관한 점이 특징이다. 업자단체와는 별도로 신설 또는 개칭하여 5개의 자율규제기관이 존재했고, 이러한 자율규제기관 기타에 대한 중추적 감독기관으로 증권투자위원회(SIB)가 설치되었다(안수현(2003), p.65).

36) 맹수석(2003), p.19

37) Conduct of Business(이하 COB), Insurance Conduct of Business(이하 ICOB), Mortgages Code of Business(MCOB)

약과 보장성 생명보험(이하 보장성보험)에 적용되는 비투자보험영업규칙(ICOB), 모기지영업규칙(MCOB))이 있다³⁸⁾. 보장성보험의 경우 손해보험기준 협의회(GISC)³⁹⁾에 의해 자율규제를 해오다가 2005년 12월부터 FSA에 의한 비투자보험영업규칙(ICOB)으로 이관되어 시행되고 있다⁴⁰⁾.

일반영업규칙(COB)은 인가업자가 모든 금융규제행위 중에서 투자업을 수행하는 과정에서 고객을 보호하기 위해서 준수해야 할 영업에 관한 규범이다. 비투자보험영업규칙(ICOB)⁴¹⁾은 보험업자(insurer) 또는 보험중개자(insurance intermediary)가 비투자보험과 관련하여 보험계약의 체결, 유지, 또는 보험중개행위(insurance mediation activities)를 수행하는 과정에서 고객을 보호하기 위해서 준수해야 할 영업에 관한 규범이다⁴²⁾. 특히 행위규제로서 시장에 대한 부정행위를 한 경우에 형사처벌과 함께 시장남용행위라는 개념을 도입하여 감독기관인 금융감독청(FSA)이 민사 합의금, 이익반환명령을 행할 수 있게 하였다. 또한 불초청권유(unsolicited call)에 관하여 종래의 민사책임에 추가하여 형사책임을 묻는 등 엄격한 책임을 지우고 있다⁴³⁾.

나. 투자자의 구분

영국 FSA는 일반영업규칙(COB)을 통하여 고객을 일반소비자(private

38) 한기정(2005), p. 3.

39) GISIC(General Insurance Standard Council).

40) 영국이 EU지침 중 하나인 보험중개지침(Insurance Mediation Directive)을 국내 법에 반영하기 위하여 뒤늦게 자율규제에서 금융감독당국의 규제로 이관하였다.

41) ICOB의 보장성보험은 순수보장성보험(pure protection insurance)을 대상으로 하며, 다음의 요건이 동시에 충족되어야 한다. ①보험급부가 사망·질병에 의해 발생, ②급부는 계약후 10년 이내, 또는 70세 미만의 연령에서 발생, ③해약환급금이 없거나, 일시납의 경우 보장성보험(해약환급금<보험료), ④재보험계약이 아닌 계약이다. 반면, 투자·저축성보험은 보장성보험에 해당하지 않을 경우가 된다(qualifying contract of insurance, FSMA2000 Regulated Activities Order 2001, 靑山麻理(2005) p. 9 재인용).

42) 한기정(2005), p.8

43) 안수현(2003), pp. 65~66

customer), 중간소비자(intermediate customer), 시장상대방(market counterparty)으로 구분하고, 이들 구분에 의해 영업행위기준을 달리 적용할 수 있도록 했다. 다만, 소비자라고 하면 일반소비자와 중간소비자만을 가리킨다(COB 1.3.3). 금융기관은 지정투자업무를 수행하기 전에 고객이 3가지 유형의 소비자를 판단하기 위한 합리적인 조치를 취해야 한다(COB 4.1.4). 고객구분이 절대적으로 고정된 것이 아니라 금융기관이 어느 정도 재량을 가지고 고객을 구분할 수 있다. 또한, 투자에 대한 충분한 경험과 이해가 있는지를 기준으로 중간소비자와 일반소비자로 구분하며, 투자에 대한 충분한 경험과 이해를 갖춘 자도 자산 등이 일정 규모를 넘어서면 중간소비자가 아니라 시장상대방으로 분류한다⁴⁴⁾.

다. 상품설명제도

투자·저축성보험 등 모든 금융상품에 적용되는 영업행위규칙은 인가 사업자에 대해 거래조건 약정서, 최초공시자료, 핵심설명서, 적합성 통지서 등의 정보를 제공해야만 하고(COB §4~§6 관련), 또한, 이들 정보를 제공할 때에는 계약체결전까지 충분한 시간에 걸쳐 제공하도록 규정하고 있다.

1) 거래조건약정서(terms of business)⁴⁵⁾

판매자는 보험계약의 중개업무에 관한 기본적인 정보를 기록한 거래조건약정서를 계약이 체결되기 전까지 고객에게 교부해야 하며, 최초공시자료와 통합하여 제공할 수 있다. 기재해야 하는 정보는 계약 발효시기, 중개업무의 인가상태, 투자목적, 민원 신청방법, 리스크에 대한 주의사항, 금융서비스 보상제도에 관한 설명 등이다. 거래조건약정서는 생명보험에 가입하거나, 보험계약의 변경을 조인 또는 중개할 경우 제공을 필요로 한다⁴⁶⁾.

44) 자세한 내용은 한기정(2005), pp.58~64 참고

45) COB 4.2 관련

46) 木下孝治(2005), p.80.

2) 최초공시자료(IDD: initial disclosure document)⁴⁷⁾

최초공시자료는 판매자가 최초로 고객과 접촉할 때 또는 생명보험계약 변경의 조언, 중개시 개인고객에게 제공되는 공시자료이다. 이 자료에는 판매자에 관한 상호, 주소 및 연락처, 인가번호, 판매자와 보험회사와의 지배관계, 1사 전속 또는 독립대리점인지의 유무, 민원상당방법 및 이의제기 방법, 예금자보호 방법 등 8가지의 항목이 필수적으로 제공된다.⁴⁸⁾ 이 서면은 보험종목별로 정해진 양식에 따라 고객에게 제공되어야 하며, 양식의 상단에 Key Facts라는 로고를 사용함으로써 이 내용이 핵심사항이라는 것을 강조하고 있다⁴⁹⁾. 이 서면은 보험가입에 대한 의사판단을 할 수 있도록 이해하기 쉽게 중요사항을 나열한 후 체크박스를 사용하여 고객이 직접 체크도록 하는 방식을 활용한 것이 특징이다.

3) 핵심설명서(key features documents)⁵⁰⁾

핵심설명서는 상품의 목적, 상품리스크 등과 같이 투자상품의 핵심이 되는 부분을 기재하여 고객이 청약서를 작성하기 직전에 제공하는 서면자료이다. 생명보험(1995)과 손해보험(1997)에서 종전부터 시행하였던 핵심설명정보(key features)가 현재의 핵심설명서로 개선되었다. 핵심설명서에는 제목, 상품의 주요특징(key features), 운용수익률예시표, 상품내용의 요약, 해약환급금예시표, 수수료 등으로 구성되며, 기재되는 내용에 'Key Facts'라는 로고를 사용함으로써 이 내용이 핵심사항이라는 것을 강조하여야 한다. 또한, 상품의 목적, 관련 리스크, 모집수수료 등 상품내용 요약은 소비자가 쉽게 이해하도록 Q&A 형식으로 작성된다. 수수료는 일정 수익률 가정하에 수수료가 수익에 미치는 영향을 산출하여 예시(illustration)한다.

47) COB 4.3.3R, 4.3.9 관련

48) 深澤泰弘(2005), p.27.

49) http://www.fsa.gov.uk/pubs/other/cob_forms/cob4_annex4R.pdf

50) COB 6.2.7, 6.5 관련

이와 함께 영국은 EU제3차보험지침(2002)에 따라 회사의 명칭 및 주소, 법적 형태, 상품리스크, 보장 및 선택권의 정의, 계약기간 및 해약방법, 보험료 납입방법 및 기간, 변액보험의 정의 및 자산운용, 계약취소의 방법, 민원접수, 세계 등의 정보를 핵심설명서에 추가사항으로 제공하여야 하며, 중복내용에 대해서는 자율적으로 조정할 수 있다⁵¹⁾.

아울러 보험회사는 보험계약 체결 후에도 고객에게 운용수익률예시표, 해약 환급금예시표, 수수료 공시내용 확인서를 송부해야 한다. 또한, 보험회사는 배당금 지급에 미치는 요소, 투자방침, 투자현황, 지급여력제도 등을 해설한 유배당보험가이드(with profit guide)를 매년 결산 후 계약자가 요청할 경우 교부해야 한다.

라. 적합성 원칙⁵²⁾

영국은 처음 도입 시부터 적합성 원칙을 도입한 것이 아니라 처음에 적합성 원칙의 추상적 개념을 도입하였다가 판매채널제도와 소비자 보호 변화에 따라 적합성 원칙을 단계별로 개선하였다.

영국은 금융서비스법(FSA 1986) 체제에서 1988년 양극화 규제를⁵³⁾ 시행하면서 판매자 책임강화와 불완전 판매의 개선을 보완하기 위한 목적으로 적합성 개념을 도입하게 되었다. 당시 증권투자위원회(SIB)가 처음으로 미국의 증권입법을 참고로 적합성 원칙의 추상적 개념을 도입⁵⁴⁾하였으며, 자율규제단체인 독립중개사협회(FIMBRA)와 전속보험설계사협회(LAUTRO)가 SIB 규제와

51) 木下孝治(2005), pp.52~53 참조

52) 영국의 적합성 원칙은 금융서비스법(1986) 체제하에서 'Best Advice' 의무로 운영되었으나, 금융서비스시장법(FSMA 2000) 이후 가장 적합한(most suitable)이라는 용어로 대체되었다(靑山麻理(2007), pp.4~6 참고), COB 5.3관련

53) 양극화규제(Polarisation Rule)는 개인투자 컨설팅을 필요로 하는 보험상품(투자, 저축, 종신보험 등)을 판매하는 자는 인가 받은 전속설계사 또는 독립금융중개인(IFA; Independent Financial Adviser)으로 제한 한다는 규정으로 1988년에 시행되었으나, 2004년 폐지되었다(靑山麻理, 2007, pp.27~28).

54) SIB Rule, 5.01:Suitability of investments and transactions in them, 5.02, 5.03: Best Advice

유사한 수준으로 투자 및 저축성상품에 적용하기 시작하였다. FIMBRA는 권유시 고객의 개인·가계 현황을 파악할 의무(Know your Client)와 고객의 사정을 고려한 다음 최적의 상품을 권유할 의무(Best advice), 고객이 리스크를 이해할 수 있도록 합리적인 절차를 강구할 의무(Understanding of risk)를 도입하였다⁵⁵⁾. LAUTRO는 투자자에 적합한 계약만을 추천할 것(Best advice)을 의무화 하였다⁵⁶⁾. 1988년 도입 당시 FIMBRA 및 LAUTRO 규정에서도 적합성 원칙에 관한 문서 제공의무는 존재하지 않고, 시행과정에서 불완전 판매⁵⁷⁾와 판매채널이 다원화되면서 1995년 적합성 문서(Reason why letter)의 교부가 의무화되는 등 단계별로 높은 수준의 적합성 원칙이 도입되었다⁵⁸⁾.

금융서비스시장법(FSMA 2000) 체제에서 종전의 최적 권유(Best Advice) 대신 적합성 원칙(Suitability Rule)이라는 용어가 공식적으로 사용되었다⁵⁹⁾. 현행 일반영업규칙(COB)은 판매자가 금융상품을 고객에게 권유 할 경우 그 권유가 확실히 고객에게 적합하도록(suitability) 합리적인 조치(reasonable steps)를 취하도록 하였다. 판매자가 이를 위반할 경우 법률 위반으로 손해배상책임이 부여된다(FSMA §150). 투자 및 저축성상품의 경우 비투자형보험에 비해 높은 수준의 적합성 원칙이 부여된다. 즉, 판매자가 판매하는 상품 중에서 가장 적합한(most suitable) 상품을 고객에게 권유하도록 하고, 만약 적절한 상품이 없을 경우 권유행위를 하지 못한다. 다만 금융상품시장(Whole Market)에서 영업이 가능한 독립금융중개인 등의 경우 자신이 취급하지 않는 상품이라도 가장 적합한 상품을 권유할 수 있게 유연성이 부여되었다.

독립금융중개인(whole-of-market advisers, IFA)의 경우 상품시장에서 판매

55) FIMBRA Rules (C. Conduct of Business) 4.2: Know your client, 4.4: Best advice, 4.3: Understanding of risk

56) The Rules of LAUTRO (Schedule 2, Code of conduct for members) 6"8 "Best advice to be given"

57) 1990년대 중반 이후 IFA는 자신의 이익을 위해 판매수수료가 높은 상품을 위주로 권유하는 불완전 판매가 자주 발생하였으며, 이를 개선하기 위해 적합성 원칙의 도입, 양국화규제의 폐지를 통한 투자 및 저축성 상품의 판매채널을 다원화를 추진하였다.

58) 青山麻理(2007), pp. 1~2.

59) 青山麻理(2007), pp. 4~10

되는 다양한 상품에 관한 충분한 지식을 기초로 한 일정한 기준에 따라 분석하여 그 근거를 고객에게 제시하고 고객의 니즈에 합치하는 가장 적합한 상품을 제공하여야 한다. 그러나 실제 영업현장에서 상품시장에서 판매되는 상품이 적합하지 않을 경우도 많아 대부분의 독립금융중개인은 IFA단체가 제공하는 상품정보은행의 비교분석자료를 활용하여 상품을 권유하기도 한다⁶⁰⁾. 일반영업규칙(COB)도 이러한 시스템을 활용할 수 있도록 인정하고 있다.

적합성 원칙을 실행하기 위해서는 계약체결전에 FSA가 정한 양식에 고객 정보의 수집의무(NYC Rule)와 적합성 통지서(suitability letter)를 고객에게 제공해야한다. 적합성 통지서는 정해진 양식 없이 판매자의 자율적 양식에 따라 작성할 수 있지만 주의사항이 있다.

주의사항은 다음과 같다.

- ① 고객에 대한 거래보고서, 사실 확인서류 등으로 대체 가능
- ② 개인고객에게 개별적으로 작성 및 제공 필요
- ③ 알기 쉬운 용어로 기술하고, 전문용어에 대해서는 설명이 필요
- ④ 정확하고 명료한 메시지 중심으로 기재

적합성 통지서의 필수 기재사항은 다음과 같다(5.3.16R).

- ① 거래가 개인정보 및 재무정보를 고려하여 고객에게 적합한 이유
- ② 거래의 주요 경제적 효과와 손실 가능성에 대한 요약
- ③ 패키지상품 거래에서 판매업자가 권유하는 상품이 판매업자가 취급하는 상품 외의 패키지상품일 경우 고객에게 상품의 추천 이유 및 적합성 설명
- ④ 판매자의 자격

다음의 경우 적합성 통지서의 제공이 유예되거나 사후에 제공될 수도 있다(COB 5.3.18R).

60) 青山麻理(2005), p.4

- ① 고객의 요청, 계약이 신속히 체결되는 경우 구두로 고객 수요확인서의 제공 가능하며, 계약체결 후 즉시 제공해야 함
- ② 이 경우에도 지체 없이 영구적 매체(durable medium)를 이용하여 적합성 통지서 제공
- ③ TM의 경우 계약체결 후 즉시 적합성 통지서 제공
- ④ 보험료가 연간 50파운드의 소액보험의 경우 제공 제외
- ⑤ 비 일시납 보험계약의 증액의 경우 제공제외
- ⑥ 기존 일시납상품에 추가로 일시납 증액할 경우 제공 제외

<표 III-5> 영국에서 적합성 원칙의 법률적 근거와 도입 경과

도입년도	법률명	대상상품	주요 내용
1986	금융서비스법 체제	투자형보험	최적 권유제 도입
1995	금융서비스법 체제	투자형보험	적합성 통지서 도입
2005	금융서비스시장법 체제	비투자형보험	적합성 원칙 도입

마. 고객의 특성을 파악할 의무(COB 5.2)

1) 지정투자 고객의 NYC Rule

판매자가 개인고객에 대하여 투자형보험을 포함한 지정투자⁶¹⁾를 대상으로 개인적 권유(personal recommendation)를 할 경우 해당 판매자는 서비스 관련 고객의 충분한 개인정보와 재무정보를 입수할 수 있도록 합리적인 조치(reasonable steps)를 준비하여야 한다. 다만, 고객이 정보제공을 거절할 경우

61) 지정투자(designated investment)란 (a)투자생명보험, (b)주식, (c)사채, (d)국공채, (e)워런트(warrant), (f)특정증권표시증권, (g)유닛(unit), (h)저소득층국민연금, (i)옵션, (j)선물, (k)차액수수계약 등을 말한다(한기정(2005) p.14).

제공될 서비스의 질에 나쁜 영향을 줄 수 있다는 사실을 설명하여야 한다. 따라서 고객이 정보제공을 거절하여 전술한 설명을 할 경우 고객으로부터 수집한 기본적인 정보만으로 서비스를 제공할 수밖에 없다. 합리적인 조치에 대해 일반영업규칙(COB)에서는 개인고객으로부터 수집한 정보는 우선 리스크 선호도를 고려하고, 적합한 투자가 추천되도록 고객의 니즈와 요구사항을 명확히 하기 위해 개인정보와 재무정보를 분석하고, 개인고객의 투자자금을 평가하기 위해 수입과 지출의 수준 및 향후 변화를 고려하도록 요구하고 있다.

2) 생명보험 고객의 NYC Rule(COB5.2)

판매자가 생명보험에 대한 권유를 할 경우 계약체결전 신속히 고객에게 고객 수요확인서(statement of demands and needs)를 제공해야 한다. 다만, TM이나 고객의 요청, 계약이 즉시 체결될 경우에는 구두로 설명할 수 있으며, 이 경우 계약체결 후 즉시 제공해야 한다⁶²⁾.

주요 기재내용과 방법은 다음과 같다.

- ① 고객의 수요 및 요구사항이 왜 필요한지 간략히 설명
- ② 정해진 양식 없이 판매자의 자율적 양식에 따라 작성 가능
- ③ 고객 수요확인서는 적합성 통지서에 포함시킬 수 있으며, 반드시 독립된 문서일 필요는 없음(COB5.2.12R, 5.2.14R).
- ④ 알기 쉬운 용어로 기술하고, 전문용어에 대해서는 설명이 필요
- ⑤ 정확하고 명료한 메시지 중심으로 기재

바. 투자권유 금지

일반영업규칙에서는 워런트(warrant), 레버리지 펀드(leverage fund) 등 저유동성 상품에 대한 방문 및 전화 등의 실시간 영업행위의 경우 의외하지 않은 영업행위 즉, 불초청 권유(unsolicited call)를 금지하고 있다(COB 3.8.21,

62) 深澤泰弘(2007), p.87 참조

3.10.1(1)). 다만, 투자형 생명보험상품의 경우 불초청 권유를 금지하고 있지는 않다(COB 3.10.3). 전통적으로 불초청 권유행위에 의한 영업방식으로 이루어지고, 청약철회제도가 적용되고 있기 때문이다⁶³⁾. 다만, 고객이 동의하지 않은 경우 사회관습상 부적당한 시간(unsocial hour)이나 등록되지 않은(unlisted) 전화를 할 수 없다(COB 3.8.22). 또한, 이미 계약이 진행 중에 있는 고객에게 불초청 권유행위를 할 수 없으며, 실시간 영업행위를 할 경우 판매자는 고객에게 방문 전에 방문의 목적과 보험회사의 정보를 명확히 전달해야한다⁶⁴⁾.

사. 광고규제(COB 3.5)

영국의 금융광고는 실시간(real time) 광고, 비실시간(non-real tim) 광고, 직접 청약부(direct offer) 금융광고와 일반광고로 구분하고 비실시간 금융광고에 대해서 엄격한 기준을 적용하고 있다. 즉, 영국은 투자광고와 권유행위의 개념을 포괄하고 있는 금융영업활동(financial promotion)을 다음과 같이 분류하고 있다⁶⁵⁾.

<표 III-6> 광고방식의 유형과 주요 매체

광고의 분류	광고 매체
①실시간 금융광고	개인방문, 전화, 기타 쌍방 대화에 의한 광고
②비실시간 금융광고	편지, e-mail, 신문, 잡지, 웹사이트에 의한 광고
③직접 청약부금융광고	광고 진행중 보험가입을 진행할 수 있는 광고
④일반 광고	일반적인 광고 행위

보험회사 등 광고행위자가 실시간 금융광고를 하기 위해서는 판매자의 명칭 및 연락처를 명시하고, 분명하고, 공정하며 오해를 야기하지 말 것, 부실금지 금지, 고객이 거절할 경우 광고전달 중지, 부적당한 시간(unsocial hour)

63) A.J. Wedgwood(1986) p.68.

64) 損害保險綜合研究所(2004), pp.43~44

65) 비투자형보험의 자세한 광고행위 규정은 한기정(2004), pp. 444~52 참고

전달 금지, 비교광고의 원칙 준수 등의 일반적 원칙을 준수하여야 한다.

비실시간의 광고활동은 실시간 활동이 아닌 다수인을 대상으로 편지, e-mail, 신문, 잡지, 웹사이트를 활용한 광고를 지칭하며, 소비자의 회신을 필요치 않다. 비실시간 광고활동은 매체의 특성을 활용하기 때문에 실시간 금융광고의 일반적 원칙에 추가적으로 특별원칙이 적용되는 등 실시간 보다 엄격하게 관리 된다⁶⁶⁾. 보험회사는 광고행위자가 실시간 금융광고를 제공하거나 또는 광고행위자에게 광고를 승인하기 전에 해당 금융광고가 규정을 준수하고 있음을 확인하여야 한다.

직접청약부 금융광고는 예컨대 홈쇼핑 등 광고 진행과 함께 보험청약이 가능한 광고방식을 지칭하며, 광고 행위시 판매자의 법적인 지위, 확정적 보험급여가 무엇이고 얼마인지 또는 변동 보험급여가 무엇인지를 표시해야 한다 (COB 3.9.18).

3. 일본

가. 판매규제 근거법의 체계

1) 금융규제의 체계

일본은 영국의 통합금융법 체제를 모델로 통합금융법의 제정을 부분적이고 점진적 방식으로 추진하는 것이 특징이다. 통합금융법 추진의 제1단계인 금융상품판매법(2000)과 제2단계인 금융상품거래법(2006)이 각각 제정되었으며, 후속 조치로 2006년에는 보험업법이 개정되었다. 정부기구인 금융청(2001)은 모든 금융사업을 규제 및 감독하고 금융소비자를 보호하는 통합 금융감독기구의 역할을 담당한다.

66) 한기정(2005), pp.47~49 참고(비실시간 금융광고)

2) 금융상품판매법의 영업행위규제

가) 금융상품판매법의 개요

금융상품판매법(2000)⁶⁷⁾은 금융상품판매업자가 원금 손실의 우려가 있는 등의 중요사항에 대하여 고객에게 명확히 설명의무를 부여하고, 이를 위반하여 생긴 손해에 대해 배상책임을 부여하는 금융소비자 보호법에 해당하는 법률이다.

동 법은 설명의무에 대한 법적 근거가 부족했던, 증권 및 파생상품을 포함한 예금 및 보험을 포함한 모든 금융상품에 대해 설명의무와 배상책임을 부여하고 있다. 특히, 동 법은 “금융상품의 판매·대리·중개행위”를 영업행위로 보고, 영업행위 의무자인 금융상품판매업자가 “고객에게 가격변동리스크 및 신용리스크로 인한 원금 손실 또는 원금 결손 가능성”을 중요사항으로써 설명하도록 중요사항을 명확히 했다. 동 법은 “고객의 지식, 경험, 재산상황에 비추어 배려해야 할 사항 등에 대한 권유방침”을 판매업자에게 부여하고 이를 공개하도록 하는 원론적 수준의 적합성 원칙을 도입하고 있으나 추상적이고, 명문화되지 못한 단점이 있다.⁶⁸⁾ 특히, 동 법은 각 금융권역별로 자율적으로 운영하고, 판매업자에게 권유의 적정성을 확보하기 위한 권유방침을 정하여 준수하도록 자율성을 부여하는 것이 특징이다.

그러나 동 법은 모든 금융상품을 규제대상으로 하고 있지만 금융상품의 판매 및 권유시의 소비자 보호부분으로 한정된 부분만을 규제하고 있다는 점에서 통합금융법으로서 한계가 있다⁶⁹⁾.

67) 공식적인 명칭은 ‘金融商品の販売等に関する法律’이다.

68) §7(권유의 적정의 확보) 금융상품판매업자가 금융상품을 권유할 때 그 적정의 확보에 노력해야한다.

§8(권유방침의 책정 등) 금융상품판매업자가 금융상품을 권유하고자 할 때에는 사전에 다음과 같은 권유방침을 정해야 한다.

1. 권유의 대상으로 된 자의 지식, 경험 및 재산의 상황에 비추어서 배려해야 할 사항
2. 권유의 방법 및 시간대에 관해서 권유의 대상으로 된 자에 대해서 배려해야 할 사항

<표 III-7> 일본의 보험소비자 보호 관련 주요법률 내용 비교

	소비자계약법	금융상품판매법	보험업법
대상 계약	<§2> 개인보험계약자를 대상 다만, 사업을 위 한 개인계약자 제외	<§2①> 원본에 손실이 생길 우려가 있는 것의 유무 및 그 요인	모든 보험계약
의무 주체	판매자	보험회사, 대리점, 중개인	보험회사, 모집인, 대리점, 중개인
규제 행위	<§4> ①중요사항의 부실고지 ②보험금 등의 불확실한 사항에 대해 단정적 판단 제공 ③고의로 불이익한 사실 고지 ④不愧거, 감시에 의한 유흥행위	<§3> 중요사항의 설명의무 ①가격변동리스크 ②신용리스크 ③시행령상 원금결손 우려 ④권리행사기간 및 계약해제기간 제한 사항	<§300> 보험모집 금지행위 ①부실고지, 중요사항의 고지 ②불이익사실의 고지에 의한 계약전환 ③오해 소지의 계약내용 비교 ④장래 보험금액이 불확실한 사항에 관한 단정적 판단 제공 ⑤중요한 사항에 오해를 초래할 설명
중요 사항 대상	계약의 목적으로 되는 것의 대가 기타 거래조건	①금리, 통화가격, 금융거래 시장지표, 파산 등에 따라 원본이 소멸할 우려 ②권리행사기간제한 등	①계약성립에 영향을 미칠 중요한 사항 ②감독지침에 따라 계약개요 및 주의환기정보 제공
법적 효과	<§4> 소비자계약의 취소권	<§4> 손해배상청구권 원금결손액을 손해액으로 추정	<§307·§315> 행정처분 또는 벌칙 <§283> 보험회사 배상책임
입증 책임	소비자가 사실 입증책임	고객: 판매업자의 설명의무 불이행을 증명 판매업자: 인과관계의 입증책임	보험회사가 인과관계 없음을 입증
적합성 원칙	없음	판매자의 권유방침의 책정 및 공표	금융상품거래법에 따라 일부 적합성 원칙 적용

자료 : 潮見桂男(2001)을 보완

나) 보험회사의 금융상품판매법 준용

일본 보험협회는 금융상품판매법의 추상성을 명확히 하기 위하여 ‘금융상품판매법에 관한지침서’를 작성하여 보험회사가 이를 준수하도록 권고하고 있으며 이를 요약하면 다음과 같다⁷⁰⁾.

첫째, 법률상의 설명의무의 주체는 보험모집인을 제외한 보험회사, 대리점, 보험중개인이 대상이다⁷¹⁾. 다만, 보험모집인은 보험회사의 사용인으로서 보험회사의 모집교육 및 지도 방안 등에 따라 설명의무를 부담 하는 것과 동일한 효과를 가진다. 둘째, 설명의무자는 “금리, 통화의 가격 및 주가 등의 원인으로 원금 결손이 발생할 가능성” 즉, 가격변동리스크를 설명하여야 한다. 그러므로 변액보험 등은 특별계정 운용, 공사채 및 주식 등에 투자 사실, 투자리스크 존재, 원금 결손 가능성 존재, 만기보험금이 약정 기본보험금액 또는 기납보험료와 차이 발생 가능성 등에 대한 설명이 필요하다.

셋째, 보험판매자는 파산 등과 같은 “경영변화를 원인으로 한 원금 결손의 발생 가능성” 즉, 신용리스크에 대해 설명하여야 한다. 신용리스크의 대상상품에는 모든 보험상품이 해당되며, 이들 상품에 대해 신용리스크에 따라 보험금 삭감 등의 가능성에 대해 설명해야 한다. 넷째, 고객의 지식수준과 재산보유에 따라 고객 수준에 맞는 권유와 불초청 권유 제한 등에 대한 권유방침을 보험판매자가 자율적으로 마련하도록 규정하고 있다.

3) 금융상품거래법의 영업행위규제

가) 금융상품거래법의 개요

일본은 영국을 모델로 부분적인 통합금융법을 추진 중이며, 그 결과 제

70) 일본생명보험협회, 『금융상품판매법에 관한지침(일부 개정판)』, 2003.8

일본손해보험협회, 『금융상품판매법에 대응방향(일부 개정판)』, 2006.3

71) 보험모집인은 보험회사의 고용·위임과 관계없이 사실상의 지휘 및 명령에 따라 모집행위를 하고 있다고 보고 법률상의 설명주체에서 제외하였다(潮見桂男(2001), p, 202).

2단계 통합금융법에 해당하는 금융상품거래법을 2006년 제정하였다⁷²⁾.

동 법은 유가증권과 관련된 증권거래법, 금융선물거래법, 상품펀드법, 투자자문업법, 투자신탁법을 통합하고 보험업법 등 87개의 법률 개정의 내용을 포함하고 있다. 동 법은 우리나라의 자본시장통합법의 제정 배경과 유사하게 ① 투자자보호 및 권익 강화, ②개인금융자산의 저축중심에서 투자중심으로 유도를 위한 시장기능의 확보, ③금융·자본시장의 국제화 추진을 주목적으로 하고 있다⁷³⁾. 또한, 동 법은 부분적이고 점진적인 금융통합법 체제를 지향하는 우리나라의 자본시장통합법과 동일기능 동일규제의 법률 원칙을 추구하는 등 기본 원칙과 기능면에서 유사한 점이 많다. 그러나, 동 법은 은행상품과 보험상품 등을 동 법의 적용대상에서 원천적으로 제외하는 법률⁷⁴⁾ 체제를 취하고 있다는 점에서 차이가 있다. 다만, 이들 상품 중 투자형 예금 및 보험상품의 경우 원본 손실 가능성을 내포하고 있는 이중성을 고려하여 각각의 사업법에서 동 법의 영업행위규제와 유사한 규제를 준용하도록 요구하고 있다⁷⁵⁾.

동 법의 주요영업행위규제는 성실의무, 거래형태 사전 명시 의무, 계약체결 전 서면교부 의무, 적합성 원칙, 불초청 권유 금지, 재권유의 금지, 손실보전의 금지, 청약철회제도, 최선집행 의무 등을 규정하고 있다.

나) 개정 보험업법의 주요 내용

일본은 금융상품거래법의 공통 영업행위규제를 준용하기 위하여 2006년 보험업법을 개정하고, 2007년 10월부터 시행하고 있다.

보험업법의 개정에 따라 신설된 금융상품거래법의 준용(§300의 2)은 특정보

72) 금융상품거래법은 2006년 6월 「증권거래법등의 일부를 개정하는 법률」과 「증권거래법등의 일부를 개정하는 법률의 시행에 따른 관계 법률의 정비 등에 관한 법률」을 제정하고, 종전의 유가증권 관련 4개의 법률을 증권거래법에 통합하여 금융상품거래법으로 개정하였으며, 종전의 4개 법률을 폐지하고, 보험업법 등 87개의 법률을 개정하는 복잡한 입법 과정을 거쳤다.

73) 권중호(2006), p.4.

74) 「증권거래법 등의 일부개정 법률」 (§6~§20 관련)」

75) 금융상품거래법 §2②5호 하·8항 관련

험계약에 대한 정의와 특정보험계약이 준용해야할 금융상품거래법의 규정을 열거하는 내용으로 구성되어 있다. 특정보험계약이란 금리, 통화의 가격, 금융상품시장에서 상장 그 밖의 지표에 의한 변동에 따라 손실이 발생할 우려가 있는 보험계약으로 정의하며, 해당 계약체결에 따라 납입하는 보험료의 합계액이 해당 고객이 취득하게 될 보험금, 환급금, 기타 급부금의 합계액을 상회하는 계약으로 내각부령에서 정한다. 변액보험·연금, 해약환급금 변동형 보험·연금,⁷⁶⁾ 외화표시 보험·연금 등이 동법의 시행규칙에서 지정되었다⁷⁷⁾.

금융상품거래법은 동일한 경제적 기능을 갖는 금융상품에 대해서는 동일한 규제를 가하는 것을 기본 원칙으로 하고 있으므로 투자성이 높은 보험 및 은행상품에 대해서도 동 법상의 행위규제가 적용된다. 동 법에서 공통으로 적용되어야 할 영업행위규제는 ①광고 등의 규제(§37), ②계약체결전의 서면교부의무(§37의 3), ③서면에 의한 해제(§37의 6), ④금지행위(허위고지, 단정적 판단제공, 불초청 권유, 재권유 등의 금지)(§39·§38), ⑤적합성 원칙(§40) 등이다. 보험업법에서도 공통 영업행위규제의 대부분이 반영되었으나, 보험상품의 특수성을 반영하여 불초청 및 재권유 금지(§38) 조항에 대해서는 적용을 제외하였다. 일반투자자에게는 다음 표의 영업행위규제가 적용된다.

76) 보험감독지침은 해약환급금 변동형 보험·연금을 MVA(Market Value Adjustment·시장가격조정)을 활용한 상품으로 규정하고 있다. MVA형 보험은 채권금리형의 경우 계약자가 보험계약을 해당 채권만기까지 유지할 경우에는 채권금리에 해당하는 이자를 확정 지급하나, 중도 해지시에는 해지시점의 채권가격에 따라 해약환급금이 변동하는 구조이다. 따라서 중도해지 시점의 채권금리가 보험 가입시점의 채권금리보다 높으면 채권가격은 하락하여 해약환급금이 감소될 수 있다.

77) 금융심의회는 2005년에 이러한 보험상품을 투자상품으로 분류하였다(金融審議會 第1分科, 「投資サービス法(仮称) に向けて」, 2005. 12. 22).

<표 III-8> 보험업법의 금융상품거래법 준용사항(법§300의 2)

- 고객에 대한 성실의무
- 일반투자자와 전문투자자의 구분
- 거래형태의 사전명시의무
- 광고 등 표시의무
- 계약 체결전 서면교부 의무
- 계약체결시의 증권 교부
- 손실보전의 금지
- 적합성 원칙의 적용
- 허위설명의 금지
- 단정적 판단의 제공등 금지
- 서면에 의한 계약해지

나. 투자자 구분⁷⁸⁾

보험업법은 금융상품거래법을 준용하여 특정보험계약에 가입하는 계약자를 일반계약자와 전문계약자로 구분하고 있다.

금융상품거래법은 지식이나 경험, 재산상태를 기준으로 전문투자자(pro-investor)와 일반투자자(amateur-investor)로 구분하고 전문투자자에게는 많은 규정의 적용을 배제하는 구조를 취하고 있다. 전문투자자의 범위는 적격기관투자자, 일본은행, 투자자보호기금 기타 내각부령에서 정하는 법인이다. 다만, 법인은 신청에 의해 전문투자자로서 취급을 받을 수 있다. 개인은 기본적으로 일반투자자이지만, 지식이나 경험, 재산상태에 비추어 전문투자자에 상당하는 자로서 내각부령에서 정한 개인 등은 그 신청에 의해 엄격한 절차를 거쳐 전문투자자로서 취급될 수 있다(§34의 4). 전문투자자에게는 일반투자자와 달리 광고규제, 적합성 원칙, 서면교부의무, 서면 청약철회 등 15개의 영업행위규제가 대상에서 제외된다.

78) 금융상품거래법§2 관련

다. 상품설명제도⁷⁹⁾

2007년 4월부터 보험회사는 보험계약자 입장에서 계약 성립에 영향을 미치는 중요한 사항을 세분하여 ‘계약개요서’와 ‘주의환기정보문서’로 분리하여 제공하고 있다. 보험회사감독지침은 이들을 ‘계약체결전 교부서면’으로 명칭하고, 각각 보험종목별로 고객에게 개별적으로 제공하도록 규정하고 있다.

보험회사가 작성하는 ‘계약체결전 교부서면’에는 공통기재 사항과 보험종목별 특성에 따른 추가적인 기재사항을 작성해야 하는데 ‘특정보험계약’의 경우 주로 특별계정 자산과 관련된 추가적 기재사항이 핵심이다. ‘계약체결전 교부서면’의 제공시기에 대해 명확한 시점을 명시하지 않고 충분한 시간적 여유를 확보하도록 명시하고 있으며, 특정보험계약에 한해서는 계약개요서와 주의환기정보문서를 동시에 제공하도록 권고하고 있다.

‘계약개요서’의 공통기재 사항에는 “상품구조, 보험기간, 보장내용 및 면책사유, 보험금액, 특약개요 및 내용, 인수조건, 보험료 관련, 보험료 납입방법 및 납입기간, 배당방법 및 배당액 산출방법, 해약환급금 유무 관련 사항”이 있다. 변액보험·연금의 경우 추가적으로 “계약개요에 대해 충분히 이해할 것, 보험회사의 상호·명칭, 주소·성명 등의 표시, 특별계정에 관한 자산의 종류 및 평가방법, 자산운용방침, 보험계약관계비용 및 자산운용관계비용, 자산운용실적, 운용실적에 따른 보험금 변동액의 불확실성과 손실 가능성 경고 등”을 포함하여야 한다. 외화표시 보험상품은 공통기재 사항 외에 보험금 지급시 보험금액이 외환시장 변동에 따라 환산 보험금의 금액을 하회할 수 있고, 외화자산 관리 수수료 등의 사항을 추가로 기재하여야 한다.

‘주의환기정보문서’의 공통기재 사항에는 청약철회제도, 고지의무(위반), 책임개시일, 면책사유, 특별한 면책사유, 보험료 납입잔존기간, 실효 및 부활, 해약 및 환급금 유무, 예금보험제도, 기타 주의환기 사항을 기재해야 한다. 변액보험·연금의 경우 추가적으로 보험회사의 상호·명칭, 주소·성명 등의 표시, 보험계약관계비용 및 자산운용관계비용의 개요, 손실 가능성 경고, 보험제도, 민원처리 기구 등을 기재하여야 한다.

79) 보험회사감독지침((Ⅱ-3-3-2(3), Ⅱ-3-5-5-2(16), (17)) 관련

라. 적합성 원칙⁸⁰⁾

일본은 모든 금융상품을 대상으로 2001년부터 설명의무와 손해배상책임, 적합성 원칙의 기본적 개념을 도입한 이후 2007년부터 금융상품거래법을 준용한 보험업법에 따라 적합성 원칙을 도입하였다.

금융상품거래법⁸¹⁾은 금융상품판매업자가 일반투자자를 대상으로 금융상품의 판매·권유시 “고객의 투자지식, 투자경험, 재산상황 및 가입목적에 비추어 부적당하다고 인정되는 권유행위를 하지 못하도록” 적합성 원칙을 명확히 명시하였다(법§40). 또한 동 법은 전문지식과 분석능력이 상대적으로 낮은 일반투자자에 대해서만 적용하도록 하고, 전문투자자에게는 적용 배제하였다. 그러나 동 법은 고객의 특성을 파악하도록 명시하고 있으나, 영국의 적합성 통지서(suitability letter)의 도입을 명시하지는 않았다.

<표 III-9> 일본에서 적합성 원칙의 법률적 근거와 도입 경과

제정연도	법률명	대상상품	주요 내용
2000	금융상품판매법	모든 금융상품	설명 의무 및 배상책임 도입
2006	금융상품거래법	투자상품	적합성 원칙 도입
2006	보험업법 개정	특정보험계약	적합성 원칙 도입

주 : 특정보험계약은 변액보험·연금, 해약환급금변동형보험·연금, 외화표시형보험·연금을 대상

개정 보험업법(2006)은 금융상품거래법의 적합성 원칙의 준용규정을 명시하고 있으나 세부시행 방안을 제시하지는 않고 있다. 따라서 보험회사가 변액보

80) 금융상품거래법§40, 보험업법§300의 2, 보험회사감독지침(Ⅱ-3-5-1-3) 관련

81) 금융상품판매업자는 업무운영과 관련하여 다음의 행위를 해서는 안 된다. 첫째, ‘특정보험계약’의 체결시 고객의 지식, 경험, 재산상황 및 가입목적에 비추어 부적당하다고 인정되는 권유행위를 하여 보험계약자 보호가 결여되는 행위, 둘째, 고객정보의 적절한 관리를 위한 조치를 하지 않는 상황, 기타 업무운영이 공익에 반하거나 투자자 보호에 지장을 초래할 우려가 있는 시행령에서 정한 사항

험 등을 판매할 경우 보험업법에서 적합성 원칙의 이행에 대한 명확한 규정이 없기 때문에 금융상품거래법의 적합성 원칙과 동일한 수준으로 적합성 원칙을 적용할 필요가 있다. 다만, 개정된 보험감독지침은 고객의 특성을 파악할 의무(NYC Rule)를 간접적으로 규정하고 회사별로 적합성 원칙의 내부통제 수립시 필수적으로 유의해야 할 사항을 제시하는 수준으로 규제하고 있다. 필수 유의사항은 다음과 같다.

- ① TM·CM·DM 등 비대면 채널의 엄격한 관리
- ② 수집한 고객정보를 기초로 적합한 권유를 이행시 소비자 보호에 기여할 우려가 있는지
- ③ 고객정보 수집 활동에 대해 고객이 이해할 수 있도록 적절한 방법과 충분한 설명방안
- ④ 사후적으로 수집한 고객정보 보관방법과 적합성을 검증하기 위한 정보 활용 체계
- ⑤ 보험회사의 사전적인 고객정보의 보호 및 활용방안
- ⑥ 자율적 적합성 원칙의 준수 여부에 대한 내부감사부문의 모니터링과 검증 방안

마. 고객의 특성을 파악할 의무⁸²⁾

보험회사, 모집종사자는 보험업법에 따라 특정보험계약의 판매·권유시 고객의 지식, 경험, 재산 현황 및 가입목적을 정확하게 파악한 다음 고객의 속성 등을 기초로 적정한 판매 및 권유행위를 할 필요가 있다. 이를 위해 보험감독지침은 고객정보의 수집·관리·활용·소비자 보호 관리 방안을 보험회사가 자체적인 내부규정을 통해 마련하도록 자율성을 부여하였다. 고객정보의 수집활동은 크게 고객의 기본정보와 고객의 보험에 대한 가입경험·가입능력·가입목적, 가입할 보장내용으로 구성되는데 서면이나 구두 등 어떠한 방법으로 입수해야 하는지에 대한 특별한 규정이 없다. 다만, 실무적으로는 후

82) 보험회사감독지침(II-3-5-1-3) 관련

술하는 가입의향서면과 함께 일체형으로 제공되기도 한다. 적합성 원칙에 필요한 고객정보 수집 항목은 다음과 같다.

- ① 생년월일, 직업, 자산, 수입 등의 재산현황
- ② 과거 금융상품거래 계약의 체결 및 투자형 금융상품 구입 경험과 그 종류
- ③ 이미 가입한 금융상품의 만기금 또는 해약환급금을 특정보험계약의 보험료에 충당하는 경우는 해당 금융상품의 종류
- ④ 특정보험계약의 가입동기·목적, 기타 고객 니즈 관련 정보
- ⑤ 고객니즈 관한 정보는 의향확인서를 통해 정보수집 활동을 할 것

바. 투자권유 금지

금융상품거래법은 요청하지 않은 투자권유를 금지하는 불초청 권유(unsolicited call)와 거절의 의사표시 후 재권유 행위를 금지하고 있다. 그러나 보험업법은 보험상품에 대해서는 불초청 권유 금지의 조항을 예외적으로 적용제외하였다. 왜냐하면, 보험상품이 전통적으로 푸쉬형 영업기반에 의존하고 있는 판매기법의 특성상 불초청 권유를 금지하기가 어렵기 때문이다. 또한, 재권유 행위에 대한 유사한 규제가 이미 보험업법에 존재하고 있다. 즉, 계약자 보호를 위해 “고객이 거절의 의사를 표시하였음에도 불구하고, 고객에게 업무 또는 사회적 통념에 비추어 부적절한 시간대에 방문 또는 전화를 하는 모집행위, 직무상 지위를 부당 이용하여 가입자의 구매의사를 구속하는 모집행위를 금지”하고 있다⁸³⁾. 따라서 보험업법은 이러한 이유로 보험상품의 불초청 권유 금지의 적용을 유예하고 있다.

사. 광고규제⁸⁴⁾

보험회사 등은 보험광고규제에 대한 공통 준수사항 이외에 추가적으로 ‘특정보험계약’에 대한 광고행위 시 명료하고 정확한 표현을 사용하여야 한다.

83) 보험회사감독지침(Ⅱ-3-5-1-6(손해보험)) 관련

84) 금융상품거래법§37 보험업법시행령§44의 5, 보험업법시행규칙§234의 16 관련

특히, '특정보험계약'에 대해서 광고할 때에는 광고행위자의 상호·성명과 자산운용 실적에 따라 원금손실의 가능성 등과 같은 중요한 사항에 대해 필수적으로 표시하여야 한다. 또한, TV·라디오·인터넷 광고와 간판광고 행위 시에도 광고행위자의 상호·성명, 자산운용 실적에 따라 원금손실의 가능성, 계약체결전 제공 설명자료를 숙지하도록 하는 문장을 표시하여야 한다.

특히, 개정 보험업법(2006)은 '특정보험계약'에 대한 광고 행위시 투자결과와 관련된 유·불리한 사항을 표시하는 글자의 크기가 너무 차이가 나지 않도록 규제 하는 등 금융상품거래법의 엄격한 광고규제 내용을 반영하였다. 감독지침은 “금리, 환율, 주가지수 등의 변동으로 인해 손실이 발생 할 우려가 있을 경우 해당 시장지표와 손실발생 우려의 경고·그 이유를 광고에 기재한 가장 큰 글자와 현저하게 차이나지 않도록” 하는 등 상세히 규제하였다. 또한, 특정보험계약에 대해 다음 사항에 대해 과장 광고행위를 할 수 없다.

- ① 해약에 관한 사항
- ② 손실에 대한 전부 또는 일부에 대한 보증
- ③ 이익의 보증
- ④ 손해배상책임금액의 예시
- ⑤ 계약자로부터 수수할 수수료 및 수수료 산출방법 등에 관해 과장 광고 행위 금지

아. 의향확인서의 교부제도 도입

일본은 영국의 고객 수요확인서(statement of demands and needs)를 모델로 하여 의향확인서를 2007년 4월부터 도입하였다.

의향확인서는 가입하려는 보험상품에 대한 설명의무 이행여부를 확인하기 위한 단순 확인 자료가 아니라 가입하려는 보험상품이 고객의 요구사항과 부합하는 지와 부합하는 이유를 고객이 보험계약 체결 직전에 확인하고 확인 후 교부하는 서면자료의 기능을 한다.

의향확인서는 최초 보험상품 권유단계에서 계약 체결단계까지 보험계약 당사자 간에 비정형화된 의사전달체계를 개선하여 고객 측의 요구사항과 판매

자 측의 추천 상품 및 이에 대한 추천 이유 등을 정형화된 서면에 기재하고 상호간이 이를 확인하여 계약체결 후 계약자의 다양한 불만 등에 근거로 활용이 가능하다는데 의의가 있다.

의향확인서는 보험상품이 고객의 니즈와 일치하는 고객이 최종단계에서 자신의 보장내용 등의 요구사항을 확인하는 서면으로 고객정보 수집과 함께 적합성 원칙의 이행수단으로 활용된다. 특정보험계약의 경우 의향확인서에 고객정보 수집 난을 추가하여 그동안 고객으로부터 입수한 정보를 고객에게 확인하기도 한다. 또한, 공통기재 항목⁸⁵⁾ 중 고객니즈에 관한 정보 항목에 추가하여 투자할 자금은 충분한지, 장기 투자상품을 구입할 의사가 있는지, 자산운용 실적에 따른 변동성을 이해하고 있는지, 가격변동리스크에 의한 손실 가능성 등의 내용을 기재 및 확인할 수 있다. 세부적인 내용은 다음 장의 보장성 보험의 의향확인서에서 설명한다.

85) ①고객 니즈에 관한 정보 ②권유 상품이 고객의 니즈에 일치하는 주된 이유 ③기타 특이 사항 ④모집종사자의 성명과 명칭

IV. 주요국의 비투자형보험 판매권유 규제

1. 미국

미국은 대체적으로 손해보험에 대해 생명보험의 정보제공 의무나 적합성 원칙 등과 같은 특별한 규제를 두고 있지 않고 있다. 다만, 대부분의 주들은 보험약관의 부실표시, 허위정보 및 광고, 특별이익 제공 금지 등의 대부분의 불공정 보험거래 행위를 불법행위로 간주하여 '불공정거래관행모델법(이하 UTP법)'을 답습한 보험업법을 근거로 보험감독청이 처벌할 수 있다⁸⁶⁾.

가. 상품설명제도

1) 허위·부실설명 금지규제

미국은 뉴욕주를 포함한 대부분의 주정부가 NAIC의 UTP법을 보험법에 반영하고 있으며, 주 보험감독청은 이를 근거로 불공정보험거래 행위를 규제하고 있다. UTP법은 우리나라의 보험업법의 모집금지행위(§97)에서와 같이 보험약관의 부실표시 및 허위광고, 모든 보험사업자의 허위정보 제공 및 허위설명 금지 등을 포함하여 보험거래와 관련된 광범위한 불공정거래 행위를 규제하고 있다.

뉴욕주는 보험모집과 관련하여 보험회사 또는 모집종사자에게 정보제공의무와 명시 의무 등을 규제하고 있으며(NYIL⁸⁷⁾ §3209 (c), §3209 (h)), 이를 위반할 시에는 주 보험청이 보험회사 및 모집인에게 보수 또는 수수료 금액에 대해 민사상의 책임을 부과할 수 있다. 뉴욕주는 생명보험, 상해·건강보험사업을 영위하는 보험회사 및 모집종사자 등에 대해 설명의무와 관련된 불공정거래행위를 규제하고 있다(NYIL §2123). 설명의무와 관련된 불공정거래 행위

86) 損害保險綜合研究所(2004), pp. 51~52

87) New York Insurance Law(이하 NYIL)

는 다음과 같다.

- ① 보험회사, 모집인, 보험중개인 등은 보험증권 및 약관에 대하여 그 조건, 급부 또는 대리점을 부실표시(misrepresenting)한 모집문서도화, 회람문서, 계산서 또는 각서를 발행·배포하거나 이를 허용하는 행위
- ② 또한 장래 수취할 배당금, 잉여금(상호회사의 경우) 내지 부가액의 분배에 대하여 오도적 견적을 하는 행위
- ④ 유사한 계약에 의거하여 과거에 당해 보험자가 지급한 배당금의 분배에 대하여 허위·사실과 다른 설명을 하는 행위
- ⑤ 당해 보험자의 재무상태나 책임준비금의 적립방식에 대해서 사실과 다른 표시나 부실표시를 하는 행위를 금지하고 있다.

2) 설명방법과 수단

가) 생명보험

미국의 설명의무제도는 주 보험법에 근거하여 주 보험감독청이 규제 및 감독하고 있다. 주 보험법은 주별로 다소 차이는 있으나 전미보험감독관협의회(NAIC)가 제정한 ‘생명보험공시 모델규칙(Life Insurance Disclosure Model Regulation, 1990)’과 ‘생명보험예시 모델규칙(Life Insurance Illustration Model Regulation, 1995)’ 등을 반영하였다.

생명보험공시 모델규칙은 보험회사 등이 보험증권을 교부하기 전에 예비 보험가입자에게 설명의무를 이행하는 방법을 명시한 모델규칙이다.⁸⁸⁾ 보험회사 등이 모든 생명보험 계약⁸⁹⁾을 체결하기 전 또는 보험증권 교부 시까지 예비 보험가입자에게 ①보험가입 안내서(buyer's guide)와 ③보험계약 개요서(policy summary)를 제공하도록 명시하고 있다.

뉴욕주의 경우 ①보험가입 안내서(buyer's guide)와 ②보험계약 체결전

88) 2006년 10월 기준으로 뉴욕주를 비롯하여 42개주의 보험업이 반영하고 있다(胡健芳(2005), p. 111).

89) 단, 신용생명보험, 단체생명보험, 단체연금 등은 대상에서 제외한다(NYIL §3209(a)).

안내서(preliminary information), ③보험계약 개요서(policy summary)를 제공한다. 뉴욕주 보험법은 이들 보험안내자료를 각각 독립된 문서로 제공하고, 주 보험감독관이 정한 지침과 서식에 따라 작성 및 제공하도록 규정하고 있다(NYIL §3209(i)). 주요 특징은 다음과 같다.

‘보험가입 안내서’는 청약시 또는 그 이전에 예비 보험계약자에게 제공해야 하는 자료이며, 보험계약자가 보험상품을 선택하는 방법 및 주의사항 등 기초적인 정보를 일상적인 용어로 설명하고 있다. 이 자료는 주 보험감독관의 지침에 따라 NAIC 표준안과 같이 계약체결시 유의점, 생명보험계약 체결 절차, 보험계약 대체시 유의점, 보험가입 설계시 유의점, 생명보험 상품 종류, 예시표, 상품 선택방법, Cost Index에 대한 설명 등D,F 기재해야 하며, 독립된 문서로 작성 및 제공되어야 한다⁹⁰⁾.

‘보험계약 체결전 안내서’는 청약시 또는 그 전에 예비 보험계약자에게 제공해야 하는 자료이며, 보험회사 및 판매자의 명칭과 기본계약에 대한 보험가입금액과 보험료 등 ‘보험계약 개요서’에 대한 예비정보를 제공하는 것을 목적으로 한다⁹¹⁾.

90) Buyer's Guide의 주요 기재사항(NYIL규칙§74 APPENDIX 24A)

- ①자신의 보험니즈와 예산에 적합한 보험가입 방법
- ②가입예정의 보장내용과 가입금액의 선택방법
- ③적절한 보험종류의 선택방법 설명(VL·UL·정기·종신·양로보험)
- ④보험안내자료의 보장내용이 완전히 보증되는 것이 아니라는 것
- ⑤코스트 비교지수에 대한 설명서(해약Cost지수, 보험금지수, 연평균배당지수) 및 코스트가 저렴한 보험의 선택방법(Cost설명, Cost지수 이용방법)
- ⑥중요사항의 개요

91) preliminary information의 주요 기재사항(NYIL§3209(d)(1)~(7))

- ①대리점·브로커 성명 및 주소
- ②생명보험증권에 기재될 회사명칭 본점 소재지
- ③예비정보 일자, 기본계약 명칭, 보험가입금액, 연간보험료
- ④보증해약환급금(10년도, 20년도, 납입기간 만료시)
- ⑤대출이율 및 선납/후납별 변동/고정이율
- ⑥생명보험코스트지수 및 기본계약의 연평균배당
- ⑦10일후 해약기간을 정한 청약철회 규정

‘보험계약 개요서’는 증권 교부시에 보험계약자에게 제공하는 자료이며, 보험계약자가 가입하고자 하는 보험상품의 특징 및 계약내용 등 상품내용 정보에 관한 사항을 제공하고 있다⁹²⁾.

‘생명보험예시모델규칙(Life Insurance Illustration Model Regulation, 1984)’⁹³⁾은 생명보험계약⁹⁴⁾ 체결과 관련하여 예비 보험계약자에게 계약내용을 알기 쉽고 오해하지 않도록 설명하기 위해 일정한 표와 그림, 예시를 활용하여 제공할 수 있도록 규정한 규칙이다. 뉴욕주의 보험회사는 보험계약자 등에게 ‘기본예시’와 ‘보충예시’로 구분하여 보험감독관이 정한 규칙과 서식에 따라 예시정보(Illustration)를 작성하고 제공하여야 한다.

뉴욕주는 ‘예시정보’를 제공할 경우 전술한 ②보험계약 체결전 안내서와 ③보험계약 개요서를 대체할 수 있도록 하고 있다(NYIL규칙§74, 53-3.1 이하)⁹⁵⁾. 또한, 예시계리사 제도를 도입하여 보험회사가 각종 계약예시정보에 대한 수리적 타당성을 검증하여 예시정보의 객관성을 확보하고 있다.

‘기본예시(Basic Illustration)’는 보험회사가 보증하는 요소와 보증하지 않는

92) policy summary의 주요 기재사항(NYIL§3209(e))

- ①가장 잘 보이는 위치에 ‘보험계약 비용과 급부에 관한 정보’ 표시
- ②보험대리점의 명칭 및 주소
- ③인수 보험회사명칭 본점 소재지
- ④기본계약과 특약 명칭
- ⑤처음 5년간 또는 5년 후 계약기간 사례별 보험료 및 급부내용 유형 예시
- ⑥배당보험의 경우 배당예시가 보증된 것이 아니라는 것
- ⑦10년 또는 20년 동안의 보험상품 원가비교 지수
- ⑧배당부계약의 경우 생명보험코스트지수와 동일 조건의 예상평균배당
- ⑨3가지 기준에 의한 예상보험료 및 보장유형 표시, 해약환급금 및 연간보험료 수준 등

93) 2005년 10월말 뉴욕주를 포함하여 38개주의 보험법이 반영하였다.

94) 뉴욕주는 변액보험, 연금, 신용생명보험, 1만달러 미만의 사망보험계약을 제외한 모든 생명보험계약을 대상으로 한다.(§3)

95) ‘계약예시정보’를 활용할 경우 ‘보험계약 체결전 안내서’와 ‘보험계약 개요서’의 주요항목을 포함할 필요가 있으며, 반대로 ‘보험계약 체결전 안내서’와 ‘보험계약 개요서’를 제공할 경우 ‘계약예시정보’를 생략할 수도 있다(NYIL§3209(1)).

요소 모두를 포함하는 보험설계서나 계약내용 등을 문장과 수치 등으로 기재하고 있다⁹⁶⁾.

‘보충예시(Supplement Illustration)’는 난해하고 복잡한 상품내용을 쉽게 설명하기 위한 표와 그림 등을 이용하여 기본예시와 다른 양식으로 작성해 기본예시에 첨부하여 제공하도록 하고 있다⁹⁷⁾.

나) 손해보험

손해보험회사는 생명보험과 같은 보험안내서(①, ②, ③)를 제공하지 않고, 설명방법에 대해서도 특별한 법적 규제가 없다. 다만, UTP법에 의한 보험약관의 부실표시 및 허위광고, 모든 보험사업자의 허위정보 및 설명 금지 등의 규정을 준수하지 않으면 처벌받게 된다.

한편, 뉴욕주는 주택종합보험에 대해서는 풍수·폭풍 리스크의 면책사항에 대한 설명의무를 부여하고 있다⁹⁸⁾.

나. 적합성 원칙

전미보험감독협회(NAIC)는 생명보험의 상품구조가 다양하고 복잡하여 정보공시만으로는 소비자를 보호하는 데 한계가 있다는 제안에 따라 정책형 생명보험에 대한 적합성 원칙의 모델규칙 초안을 2001년에 만들기도 하였으나, 채택되지는 못했다. 유가증권과 보험의 차별성 존재, 정보공시와 자기책임

96) ‘기본예시(Basic Illustration)’는 예상보험금 및 수취일을 기재하고, 보험약관·보험료·보험계약의 특징·선택권·보증사항·비보증사항 및 계약변동의 영향 등을 간략하게 설명한다. 비보증사항에 대해서는 설계서와 실제결과가 차이날 수 있다는 내용을 명시하고 충분히 설명했다는 고객의 서명을 받도록 하고 있다(NYIL규칙§53-3.3).

97) 다만, ‘보충예시(Supplement Illustration)’는 기본설계서처럼 법정기재 사항이 자세히 정의되어 있지 않으며, 보증하지 않는 사항에 대해서는 기본설계서 상 제시한 수치이상으로 계약자에게 유리한 내용을 제시할 수 없다(NYIL규칙 §53-3.4).

98) NYIL§344~§3445 참고

의 중시, 보험모집과 관련된 모델규칙 존재, 고객정보 수집에 비용소요 등의 이유로 생명보험업계가 반대하였기 때문이다⁹⁹⁾.

다. 고객의 특성을 파악할 의무

고객의 특성을 파악할 의무는 적합성 원칙을 적용하는데 반드시 필요한 수단으로 활용되지만 대부분의 주에서 명시하지 않고 있다.

라. 불초청 권유

미국에는 보험상품의 방문판매에 대한 불초청 권유의 금지 규제는 없으나, TM의 경우 대부분의 주에서 수신거부(Do Not Call)제도를 도입하고 있다.

마. 광고규제

보험상품의 광고행위규제에 대한 근거는 일반적인 불공정거래행위를 단속하기 위해 NAIC가 제정한 UTP법과 ‘생명보험 및 연금의 광고모델규칙’이 있다.

1) UTP법의 광고규제

‘불공정거래관행모델법(UTP)’은 보험계약 관련 설명자료와 일반인 대상 광고 및 선전 등을 구분하고 있다(§4 a,b).

보험회사와 광고행위자가 일반인을 대상으로 신문·잡지, 팸플릿, 편지, 포스터, 방송 등을 활용할 경우 부실 또는 기만, 오도적 광고물의 작성 및 발간, 배포, 열람을 금지하고 있다(§4 b). 또한, 타 보험회사 경영현황 및 보험상품 등을 허위 또는 악의적으로 비판하거나 공개 또는 유통하는 행위 등을 금지하고 있다(§4 b).

99) 土浪 修(2005), pp. 3~4

2) 생명보험 및 연금의 광고모델규칙

‘생명보험 및 연금의 광고모델규칙(Advertisements of Life Insurance and Annuities Model Regulation)’은 생명보험 및 연금계약을 대상으로 불특정 다수인에게 광고하기 위한 최저기준을 설정한 모델규칙으로 주요내용은 다음과 같다.

이 모델규칙은 매체유형에 관계없이 보험상품과 관련해 소비자의 흥미를 유발하는 것을 모두 광고로 규정(§2 a)하고, 위법 광고에 대한 책임을 대리점과 보험회사에게도 지우며, 보험회사가 대리점 광고의 사전승인을 하도록 규정하고 있다(§3 b).

<표 IV-1> NAIC의 생명보험 및 연금의 광고모델규칙의 개요

- 광고의 정의(§2)
- 광고내용과 형식(§4)
 - 성실하고 정확한 광고행위
 - 특별한 이익이 보장되는 표현 금지(investment, Profits)
- 반드시 기재할 사항(§5)
 - 보장범위, 보험료 등의 중요사항 중요 용어 생략 금지
 - 사용금지 용어 사례 예시
- 보험회사 명시(§6)
- 보험회사의 자산, 자본관계, 재무현황 등의 설명(§8)
- 보험회사의 광고 보존의무(§9)

3) 뉴욕주 광고규제

뉴욕주 보험법은 생명·상해·연금계약을 대상으로 NAIC의 광고모델규칙을 준용하여 일반적인 광고규제와 비교광고 규제에 대해 엄격한 기준을 적용하고 있다. 그러나 손해보험의 광고행위에 대해서는 특별한 규제를 하고 있지 않고 UTP법의 허위 또는 기만하는 광고물의 작성 및 열람 등의 금지와 불법적인 비교광고를 규제할 뿐이다.

<표 IV-2> 생명보험의 일반적 광고행위 규제(NY규칙219.4)

- (a) 광고는 사실적이고, 오인을 유발하지 않도록 광고의 내용 및 형식이 명확해야 하며, 오인과 허위적이지 않도록 보험전문용어의 사용은 최소한으로 사용 사실적, 허위·부실광고
- (b) 고객에게 권유할 때 사용하는 광고에 대해, 권유자가 보험회사와 경제적 이해관계를 명시하고, 매체 광고시에는 광고비용이 소요된다는 사실을 명시. 사실적, 허위·부실·과장광고, 오해할 수 있는 용어의 사용 금지, 과장
- (b)(4) 연예인을 활용하여 추천하는 경우 경제적 이해관계를 명시
- (c~e) 오해·기만을 초래하는 용어의 사용 금지(instant, savings, guaranteed cost, just, only, necessary, free, no cost, without cost 등)
- (f) 보장내용을 과장한 보장내용의 강조, 보험가입이 개인의 모든 재정적 문제를 해결한다는 내용의 광고 금지
- (n) 보험금 지급 또는 계약자배당이 보증된 것처럼 하는 광고 금지
- (s) 광고시 사실과 달리 특별판매 또는 다음에는 특별판매의 기회가 없다는 등의 광고금지
- (t) DM 광고시 회신용 가입신청서는 인가를 받은 양식을 사용

2. 영국

손해보험은 손해보험기준협의회(GISC)¹⁰⁰⁾에 의한 자율규제를 종료하고 2005년 1월부터 FSA의 비투자보험영업규범(ICOB)에 의한 규제 및 감독이 시작되었다.

가. 고객 구분 제도

비투자보험영업행위규범(ICOB)은 보험소비자를 전문성, 경제력 등을 기준으로 보호의 정도를 달리하기 위하여 소매소비자(retail customer) 및 도매소비자(commercial customer)로 분류한다(ICOB 1.2.5). 소매소비자는 자신의 거

100) GISIC: General Insurance Standard Council

래 등을 목적으로 하는 자연인으로 개인, 가족, 개인사업자 등을 들 수 있다(ICOB 1.7.3(1)). 소비자가 소매소비자인지 기업소비자인지 분명하지 않은 경우에, 보험업자 등은 소비자를 소매소비자로 취급할 수 있다(ICOB 1.2.6).

나. 상품설명제도

보장성보험 및 손해보험은 투자·저축성보험과 유사한 정보제공제도를 운영하고 있으나, 핵심설명서 대신에 보험계약 개요서(policy summary)를 제공하는 등 차이가 있다. 보장성보험 및 손해보험은 계약체결 전에 예비고객에게 최초공시자료, 보험계약 개요서와 보험료 설명서, 보험계약 서류(policy document), EU 보험중개업무지침(§12) 요구정보를 제공해야 한다(ICOB 5.2.9R).

1) 최초공시자료(initial disclosure document)

최초공시자료는 최초로 고객과 접촉할 때 판매자의 법적인 지위 및 권한을 기재한 서면자료이다. 고객이 구두로 설명할 것을 요청하거나 신속한 계약체결이 요구될 때, TM의 경우에는 구두로 최초공시자료의 기본 정보를 설명할 수 있으며, 사후에 반드시 서면을 교부하여야 한다. 기재내용 등은 투자형보험의 최초공시자료와 유사하므로 생략한다.

2) 보험계약 개요서(ICOB 5.5)

보험계약 개요서(policy summary)는 보계약자가 반드시 숙지해야 할 가장 중요한 사항이 기재된 서면자료로 계약체결 전에 예비 보험계약자에게 제공하고, 기재내용 중 보험금 지급 거절 사항이나 사유 등을 반드시 구두로 설명하여야 한다(ICOB5.3.1.R(2)). 제공시기에 대해서는 통일화 하지 않고, '계약체결전 적절한 시간(good time) 이전'으로 명시하여 다양한 시점에 제공할 수 있도록 자율성을 부여하였다(ICOB5.3.1R). 원칙적으로 독립된 문서로 제공이

필요하지만 독립된 문서가 아닐 경우 잘 보이는 부분에 ‘key Fact(핵심사실)’ 로고를 표시하여 다른 정보와 구별하도록 하여야 한다. 동 서면 대신에 핵심 설명서(key features documents)를 제공할 수 있다(ICOB 5.5.4R). 또한, 지나친 정보가 제공되어 예비 보험가입자에게 혼란을 주지 않도록 주의를 당부하고 있다(ICOB5.5.3G). 동 서면에는 필수적인 기재사항 이외에 EU지침이 요구한 기재사항을 추가 또는 별첨의 방식으로 제공할 수도 있다(ICOB5.3.1R).

<표 IV-3> 보장성상품의 보험계약 개요서 기재내역

주요 항목 및 내용	보험계약 개요서 내용	EU 지침 반영 내용
1. 보험회사의 주요 내용 - 보험회사 상호 - 보험회사 법적 형태 - 본사 주소	○	○ ○ ○
2. 계약내용 - 부보내용 및 범위 - 중요 특징과 급부 - 적용제외 및 보장제한 - 보험약관서류의 별첨 안내 - 계약기간 - 해약방법 - 각 급부 및 선택권 정의 - 보험료(특약 표시) - 보험료 납입방법 및 기간	○ ○ ○ ○ 자율	 ○ ○ ○ ○ ○
2. 기타 설명사항 - 보험계약 개요서에 관한 취지 설명 - 보험계약 기간중 자기 보장 숙지하기 - 청약철회권 - 보험금 청구시 연락처 - 민원처리방법 - 예금자보호제도 유무 - 세법 설명 - 적용법률 - Key Facts 로고	○ ○ ○ ○	 ○ ○ ○

주 : 대면판매는 보험계약개요+EU지침 반영 내용을 기재하며, 비대면채널은 EU지침반영 내용이 필수 기재사항임.

자료 : 高崎康雄(2007), p.59

한편, ICOB는 EU의 지침에 따라 TM·CM·DM 등 비대면계약(distance contract)¹⁰¹⁾의 개념을 새로이 도입하고 대면계약과 동일한 상품설명 자료를 제공해야 한다. 다만, TM 및 기타 수단을 통해 계약을 체결할 경우 보험계약 개요서 내용과 유사한 8종~9종의 항목을 구두로 설명할 수 있다(ICOB 5.3.6(2)).

3) 보험료 설명서(statement of price)(ICOB 5.5.14)

보험료 설명서에는 보험료 금액(보험료가 확정되지 않은 경우 보험료 산출 방식), 보험기간이 1년을 초과하는 경우 보험료 추가납입일, 보험료 이외에 추가로 부과되는 수수료, 사업비 및 세금 등이 포함되어야 한다.

다. 적합성 원칙¹⁰²⁾

보장성보험 및 손해보험은 투자상품과 동일한 적합성 원칙을 적용하지 않고 있다. 즉, 투자상품의 경우 규정에서 ‘가장 적합한(most suitable)’의 용어를 사용하지만 보장성보험 및 손해보험은 ‘적합한(suitable)’이라는 용어를 사용하고 있다. 또한, 사전에 고객에게 충분히 설명할 경우 추천이 가능 하는 등 완화된 적합성 원칙을 적용하고 있다. ICOB는 보험매개자가 고객에게 비투자형보험상품을 추천할 경우 그 추천이 해당고객의 니즈에 적합하도록 하는 합리적인 조치를 취하도록 규정하였다.(ICOB4.3.1R(1))

다만, 보험매개자가 취급하는 상품 중에 고객의 수요나 니즈에 완전히 일치하는 상품이 없더라도 추천하는 상품이 고객의 수요나 니즈에 일치하지 않는다는 점을 고객에게 이해시킬 경우 추천할 수 있다고 규정한다

101) 영국은 EU의 비투자보험에 관한 보험중개지침(Insurance Mediation Directive)을 입법에 반영하기 위해 비대면계약(distance contract)을 도입하였다(損害保險総合研究所, 2006), pp.82~91), ICOB 5.3 관련

102) 영국의 적합성 원칙은 금융서비스법(1986) 체제하에서 ‘Best Advice’ 의무로 운영되었으나, 금융서비스시장법(FSMA 2000) 이후 가장 적합한(most suitable)이라는 용어로 대체되었다(靑山麻理(2007), pp.4~6 참고).

(ICOB4.3.1.R(3)).

적합성 원칙의 적용 범위는 개인 순수보장보험(pure protection insurance)과 손해보험을 대상으로 하되 기업성보험과 재보험은 제외한다. 또한, 보험회사를 포함하여 보험계약의 체결 또는 중개업무를 인가 받은 개인 또는 법인에게 의무적으로 적용된다.

적합성 원칙을 평가시 주요 고려해야할 사항은 다음과 같다(4.3.6R)

- ①보험매개자가 고객의 요구 및 니즈에 부합하여 적합성을 평가할 시에 고려할 일정한 사항
- ②고객이 보장받기를 희망하는 위험에 대한 보장 수준의 충분성
- ③보험계약의 비용
- ④면책사항, 한도금액 등 조건의 적절성

라. 고객의 수요확인¹⁰³⁾

영국은 비투자형보험에 대한 적합성 원칙을 적용하기 위한 수단으로 고객 수요확인서(statement of demands & needs)의 제공을 도입하였다.

고객 수요확인서는 일종의 상품구매 제안서의 기능을 하면서 상품을 추천하는 이유 등에 대한 세부적인 사항을 기재하고 있다. 판매자가 고객의 니즈에 가장 적합한 상품구매를 제시하기 위해서는 가장 먼저 고객의 정보와 고객의 요구사항을 수집할 필요가 있다. 동 서면은 우선 고객이 요구한 사항을 명시하고, 이를 기초로 고객의 니즈에 적합한 몇 가지 유형의 상품을 제안하며, 제안한 이유에 대해 판매자의 간단한 소견을 기재하여야 한다. 만일 이 확인서가 고객이 요구한 조건과 다르거나, 제안한 상품이 고객의 요구사항과 다를 경우 고객의 니즈와 합치할 때까지 보완하거나 제안할 수 있으며, 최종적으로 고객의 니즈와 합치할 경우 이 문서에 고객의 확인서명을 필요로 한다.

그러나 비상상적인 거래나 고객이 요구할 경우 다양한 예외조항을 두어 제도의 유연성을 확보하고 있다. 고객이 구두의 방법으로 제공을 요구하거나 즉

103) ICOB 4.4관련

시 가입이 필요한 경우 등에는 계약체결 직후에 영구적 매체로 사후에 제공할 수 있다(4.4.1(3)(4)). 또한, TM의 경우에는 예외적으로 먼저 구두로 의향확인서의 내용을 설명하고, 계약체결 후에 문서로 제공하거나 보험증권을 전달할 시에 고객에게 제공할 수도 있다¹⁰⁴⁾.

보험회사와 기업고객간의 거래나 판매자가 기업고객에게 개인적 권유를 하는 경우, 고객 수요확인서를 제공하지 않아도 된다는 의사표시를 받은 기업고객에 대해서는 충분한 설명을 할 경우 동 서면의 제공을 면제하고 있다.

한편, 판매자는 동 서면자료의 근거를 영구적 매체(durable medium)로 제공하는 것을 원칙으로 하되 가입청약서와 동시에 제공할 수 있으며, 제공 후 영구적 매체로 3년간 보관하도록 규정하고 있다(4.4.7R).

마. 불초청 권유

투자형보험과 마찬가지로 보장성 및 손해보험도 불초청 권유행위의 금지 규정은 없다. 다만 비대면(distance contract) 영업행위의 경우 고객이 요청하지 않았음에도 불구하고 권유행위가 비용을 수반하거나, DM판매와 같이 고객이 더 이상 회신하지 않을 경우 소비자의 의사에 반하여 권유가 금지된다(ICOB 4.7.1, 8.4.1)¹⁰⁵⁾.

바. 광고규제¹⁰⁶⁾

보장성보험 및 손해보험은 투자형보험과 마찬가지로 실시간 광고와 비실시간 광고, 직접 청약부 금융광고와 일반광고로 구분하고 있지만 실시간 금융광고와 직접청약부 금융광고에 대해서는 규제대상에서 제외하거나 특별하게 규제하지 않는 차이점이 있다. 다만, 방문, TM 등을 활용한 실시간 광고활동과 홈쇼핑 등 광고 진행 중 판매가 가능한 직접 청약부 광고행위

104) 損害保険総合研究所(2006), p.41

105) 損害保険総合研究所(2006), p.55

106) ICOB 3.3관련

에 대해서는 일반적인 광고 행위를 준수하여야 한다.

반면, e-mail, 신문, 잡지, 웹사이트를 활용한 비실시간 광고활동의 경우 투자형보험과 유사한 일반적 광고원칙과 비교광고 원칙을 준수해야한다. 그러나 실무적으로 대부분의 보험회사에서는 비교광고를 사실상 실시하고 있지 않다. 특히, 자동차보험의 경우 연령, 지역, 목적물의 상태 등 가입 조건별로 보험요율이 회사마다 다르고, 요율개정 작업이 많은 등 타사의 보험료를 상시적으로 파악하기 곤란하기 때문이다¹⁰⁷⁾.

한편, 보험계약의 대리업, 중개업 등에 대한 광고는 특정 보험업자의 명의를 사용하지 않는 한 규제 대상이 아니다¹⁰⁸⁾.

3. 일본

가. 공통 판매권유 행위 규제

1) 무등록·무자격자에 의한 보험모집 금지

일본의 보험모집은 일정한 자격요건을 갖추고 등록한 자에 대해서만 가능하다. 생명보험은 법규정상 생명보험모집인과 생명보험중개인만이 보험모집을 할 수 있으며, 생명보험모집인에는 보험모집인 이외에도 보험회사 임직원, 보험대리점, 은행모집인이 포함된다. 손해보험은 보험회사의 임직원, 손해보험대리점·보험중개인 또는 그 임원 또는 사용인, 은행대리점이 가능하다.

2) 보험모집의 금지행위 고지방해 및 부실 설명금지

보험회사 및 모집종사자는 보험계약자 등에게 사실과 다른 내용을 알리거나, 중요사항에 관해서 설명을 생략하는 것이 금지된다.

보험모집인이 보험계약자의 중요한 고지사항에 관해 허위로 보험회사에 알

107) 損害保険総合研究所(2006), p.56

108) 한기정(2004), pp.52~56 참고

리도록 권유하거나, 중요사실을 알리는 것을 방해, 또는 알리지 않도록 권유할 수 없다(보험업법§300 ①관련). 또한, 보험계약자에게 보험계약에 관한 종류, 보험회사의 상호 또는 명칭을 다른 것과 오해할 수 있게 소개하거나(시행규칙§234 5호 관련) 고객에게 강압적인 권유 또는 거절의사를 표시하였을 경우 권유할 수 없다. 금융청은 보험회사간 보험상품을 제휴판매 하는 경우 보험계약자가 보험계약내용과 인수 보험회사에 관해 오해하지 않도록 하고, 보험회사와 보험계약자와의 계약관계를 명확히 하는 등 보험모집 및 보험계약 체결에 관해 적절한 조치를 강구하도록 요구하고 있다.

3) 특별이익 제공 및 우월적 모집행위 금지¹⁰⁹⁾

일본도 보험모집시의 보험계약자 또는 피보험자에 대한 특별이익 제공을 금지하고 있다. 보험회사 및 모집종사자는 보험계약자 등에게 보험모집 시에 금품 또는 기타 이익을 제공하여 결과적으로 보험료의 할인, 리베이트가 제공되는 행위를 금지하고 있다. 또한 보험회사의 특정관계자¹¹⁰⁾가 특별이익의 제공을 약속하거나 제공 사실을 알면서 보험계약에 가입하도록 권유할 수 없다. 은행의 저금리 대출 조건부 보험가입 등과 같은 권유 행위가 금지된다.

은행 또는 보험중개인도 스스로가 행하는 신용공여를 조건으로 보험모집을 하는 행위와, 기타 거래상의 우월적 지위를 부당하게 이용해서 보험모집을 하는 행위가 금지된다. 또한 명의여부를 불문하고 특별한 이익제공의 금지 규정을 피하는 행위는 금지된다.

109) 이흥무, 「일본의 보험모집시 특별이익제공 금지」, 『월간생협』, 2002.

110) 보험회사의 자회사, 지주회사 등의 관계회사(시행령 §14)

<표 IV-4> 보험모집관련 자격 및 금지규정

금지항목	금지사항 핵심내용
무자격자 모집행위 금지	- 모집종사자 이외의 자의 보험모집 금지(법§275) - o 모집종사자: 보험회사의 임직원, 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사, 은행 등(§2 19~21, 24, 26항)
허위 설명 규제	- 보험계약의 체결 또는 모집에 관한 금지행위(§300) - o 허위사실 설명, 중요사항의 허위·부실·불고지, 계약자의 고지 의무 방해, 보험료 할인·환급, 부당승환·전환, 특별이익 약속·제공행위, 오해소지 비교표시, 단정적 판단 제공 등
특별이익 제공 금지	- 특별이익의 제공금지(법§300) - o 보험료 할인·환급, 수수료 환불 등의 이익 약속·제공 - o 이익의 범위는 사회통념상을 벗어난 경제적 가치
제한적 교차모집	- 교차모집 금지(법§282) - o 생명보험모집인은 소속보험회사의 자회사 방식으로 교차판매 가능(시행령§40)
자기계약 금지	- 자기계약의 금지(법§295) - o 손해보험대리점 및 중개인의 자기계약 금지 - o 수입보험료의 50% 이상 금지(2항) - o 생명보험모집인의 경우 자율규제
비대면채널 준수사항	- 비대면채널 모집시 준수사항(감독지침Ⅱ-3-5-1-2) - o TM(구두), DM(서면), CM(홈페이지 등)에서 설명사항 및 가입내용확인 가능 - o 청약 후 지체 없이 설명자료와 가입의향 확인서 발송
방카슈랑스 규제	- 은행 등의 모집관련 금지행위(규칙§212·§234) - o ‘보험모집 제한 대출거래처’를 대상으로 한 보험계약 대리·모집 수수료 수입 금지, 보험을 예금으로 오인방지, 중소형 금융기관 특례, 비공개정보 부당 이용, 조건부 대출, 우월적 지위를 이용한 체결 대리·중개, 은행의 특수관계 대리점 등의 모집침탈 행위 - 은행 등의 모집시 준수사항(규칙§212·§234) - o 일반적 모집규제의 준수, 모집담당자 분리, 방카슈랑스 관련 설명의무, 모집준법감시자 설치 등

주 : ()는 보험업법

4) 자기계약의 금지

손해보험대리점에 대해서는 자기계약과 함께 특정계약을 금지하고 있다. 자기계약이란 개인대리점의 경우 자기(대리점주)를 보험계약자 또는 피보험자로 하는 보험계약이며, 법인대리점의 경우 자기(당해 법인)를 보험계약자로 하는 보험계약을 말한다. 또한, 특정계약이란 자본적으로 밀접한 관계를 가지는 자를 보험계약자 또는 피보험자로 하는 보험계약을 말한다. 자기계약과 특정계약은 각각의 보험료 합계액이 당해 손해보험대리점의 합계보험료 금액의 100분의 50을 초과할 때에는 자기계약 또는 특정계약으로 간주 한다.

한편, 생명보험의 대리점에 대해서는 생명보험업계의 자율규제에 의해 자기계약을 금지하고 있다.

5) 방카슈랑스의 금지행위

일본은 제3단계 방카슈랑스 추진에 대비한 개정 보험업법시행규칙(2005.7)에는 금융기관대리점의 보험상품 판매시 ‘비공개 정보보호 조치’, ‘보험모집에 관한 지침’, ‘법령준수의 책임자의 선임’, ‘보험모집 제한처 모집제한’ 등 방카슈랑스 관련 내용이 포함되어 있다(규칙§212 관련).

<표 IV-5> 일본의 방카슈랑스 단계별 시행 일정

구분	1단계 (2001.4월)	2단계 (2002.10월)	3단계 (2005.12월)	4단계 (2007.12월)
생보	주택대출관련 신용생명보험	개인연금, 재형보험	일시납종신보험, 일시납양로보험, 교육보험, 어린이보험	정기보험, 종신보험, 의료·개호보험
손보	장기화재보험, 채무상환지원, 해외여행상해	연금형적립상해재 형상해보험	적립화재보험, 적립상해보험	자동차보험, 단체화재보험

자료 : 일본 금융청

가) 비공개 정보보호 조치

보험모집시 모집업무 이외의 업무를 통하여 취득한 고객의 비공개 금융정보를 사전에 동의 없이 보험모집업무에 이용할 수 없다. 또한, 반대로 보험모집을 통하여 취득한 고객의 비공개보험정보를 사전 동의 없이 대출 및 기타의 은행 업무에 이용하지 못한다¹¹¹⁾.

나) 보험모집에 관한 지침

금융기관대리점은 공정한 보험모집을 위한 내부통제기준인 ‘보험모집에 관한 지침’을 마련하고 공개해야한다. 지침에는 인수할 보험회사 상호, 보험계약에 관한 리스크의 소재, 판매책임, 민원제기 방법, 설명의무 등에 관한 기준이 명시되며, 금융기관대리점이 관리하도록 한다(규칙§212② 관련).

다) 법령준수의 책임자의 선임

방카슈랑스에 대한 내부통제 책임자를 금융기관대리점의 지점 또는 영업소별로 두고, 총괄 책임자를 본점 등에 선임해야 한다.

라) 보험모집 제한처에 대한 모집제한

이 조치는 제3단계 방카슈랑스(2005년 12월) 허용 상품에 대해 금융기관대리점이 대출거래처에게 모집수수료를 대가로 보험계약 모집을 할 수 없도록 하는 제한하는 모집규제이다. 여기서 모집 제한처란 보험계약 체결이전에 금융기관이 사업자금의 대출(수표 할인 포함)관계에 있는 기업과 개인을 의미한다. 그러므로 금융기관대리점은 모집 제한처에 대해 수수료를 받지 않는 보험

111) 비공개금융정보란 은행의 임직원이 직무상 취득한 고객의 예금, 입출금 내역, 기타 금융거래, 자산에 관해 공개되지 않은 정보를 말한다. 비공개보험정보란 은행의 임직원이 직무상 취득한 고객의 생활, 신체·재산 현황에 관해 공개되지 않은 정보를 말한다(보험업법시행규칙 §212② 관련)

계약의 갱신 및 무상의 소개 업무 등이 가능하다. 따라서 영리를 목적으로 하는 은행 등이 사업자금을 대출한 법인 또는 개인을 대상으로 하는 방카슈랑스는 원칙적으로 불가능하다고 볼 수 있다¹¹²⁾. 따라서 은행은 고객이 보험모집 제한 대상에 해당하는지에 대한 유무를 확인하기 위한 기준과 관리계획을 수립하며, 대상에 해당하는지를 사전에 서면으로 확인하여야 한다.

<표 IV-6> 보험모집 제한처의 보험모집 금지 범위

대출거래처		제3단계 이후 상품		기존상품
		모집 제한처	모집 제한처 이외의 자	모집 제한처 적용제외
법인계약		×	○ ¹⁾	× ¹⁾
법인대표·개인사업자		×	○	○
임직원	종업원 50인 초과	○	○	○
	종업원 50인 미만	×	○	○

주 : 1) 내부규칙에 의해 일시납종신, 일시납양로 이외 취급 불가
 자료 : 明治安田生命保險(2006), p. 59.

6) 승환 및 전환

보험회사 및 모집종사자가 보험계약자에게 불리한 사항을 설명하지 않고 기존계약에 대한 승환 및 계약전환을 권유하는 행위를 할 수 없다. 따라서 보험회사 등은 승환 및 계약전환의 경우 보험계약자에게 다음의 불리한 사항을 반드시 구두로 설명하고 확인하여야 한다.

- ① 현행계약 및 신계약에 관한 보험종류 및 종목, 보험금액, 보험기간, 보험료, 보험료 납입기간, 기타 중요한 사항.
- ② 현행 계약을 유지하면서 보장내용을 변경할 수 있는 방법 등이 있는 사실 및 그 방법

112) 江澤雅彦(2005.9), pp. 49~50 참고

7) 교차모집의 제한적 허용

보험모집인은 2개 이상의 보험회사의 모집인에 소속되는 것을 금지하는 일사 전속제를 원칙적으로 유지해 왔으나, 생명보험상품을 손해보험대리점이 판매해 오던 과거의 관행을 개선하기 위하여 1996년부터 생명보험 모집인에게도 교차모집을 허용하였다.

이에 따라 보험모집인 및 대리점은 보험회사의 자회사인 생명 또는 손해보험 자회사의 상품을 판매하는 방식으로 교차모집이 가능하다. 다만, 생명보험 모집인의 경우 손해보험회사를 선택할 권한이 없고, 소속 보험회사의 자회사, 계열회사 또는 제휴회사의 상품을 판매 할 수 있다. 손해보험대리점의 경우 대리점이 자기가 원하는 생명보험회사의 선택이 가능하나, 소속 회사에서 자회사나 제휴관계에 있는 생명보험회사의 상품을 판매하도록 유도하는 것이 일반적이다.

나. 상품설명제도¹¹³⁾

1) 계약체결전 교부서면의 주요내용

보험회사감독지침의 개정에 따라 보험회사 등은 보험계약자에게 계약내용에 관한 중요사항을 명확히 설명하기 위해 2006년 4월부터 보험계약 종류별 '계약체결전 서면' 자료를 제공해야 한다. 금융청은 보험계약 성립에 영향을 미치는 중요사항을 고객이 보험상품에 대한 기본 내용을 이해하는데 필요한 '계약개요서'와 특별한 주의가 요청되는 '주의환기정보문서'로 구분하여 제공하도록 보험회사감독지침에서 규정하고 있다. 금융청은 이들을 '계약체결전 교부서면'이라고 명칭하며, 생명·손해보험, 투자성·보장성, 정액형·변동형, 장기·단기, 개인·법인형 등 상품특성별로 작성 및 제공하도록 요구하고 있다. 다만, 단체보험, 기업성 자동차보험, 화재보험, 배상책임보험은 '계약체결

113) 보험연구원, 계간보험동향(2006), pp.84~89

전 교부서면'의 제공 대상에서 제외하되 이들 보험상품에 대해서도 중요사항 설명서와 약관 등을 제공하도록 규정하고 있다.

'계약개요서'의 필수 기재사항은 다음과 같다. '계약개요'의 문구 명시, 상품 구조, 보험기간, 보장내용 및 면책사유, 보험금액, 특약개요 및 내용, 인수조건, 보험료 관련, 보험료 납입방법 및 납입기간, 배당방법 및 배당액 산출방법, 해약환급금 지급 유무 관련 사항 등이다.

'주의환기정보문서'의 필수 기재 사항은 다음과 같다. 청약철회제도, 고지의무(위반), 책임개시일, 면책사유, 특별한 면책사유, 보험료 납입잔존기간, 실효 및 부활, 해약 및 환급금 유무, 예금보험제도, 기타 주의환기 사항 등이다.

한편, 보험업법은 설명자료에서 장래의 운용성과에 대한 단정적 판단, 보험금 및 해약환급금의 보증, 손실보상의 약속 등의 기재를 금지하고 있다.

금융청은 '계약체결전 교부서면'의 제공시기에 대한 명확한 시점을 제시하고 있지는 않고 있다. 다만, '계약개요서'는 고객이 보험상품에 대해 충분히 이해할 수 있도록 계약체결전 충분한 시간적 여유를 가지고 제공하고, 필요한 경우 서면 교부시점과 계약체결 시점을 같이 할 수도 있다. 또한, 제공시기에 대해서 보험상품의 구조, 고객의 자발적 가입 유무, 판매방법, 신계약·계약갱신 등에 따라 보험회사가 내부규정을 두도록 위임하였다. '주의환기정보문서'는 고객에게 효과적으로 주위사항을 강조하기 위해 청약 시에 설명·교부하도록 요구하고 있다. 또한, 서면자료들을 제공뿐만 아니라 최소한의 사항을 구두로 설명하여야 한다. 즉, 읽는 것이 얼마나 중요한지와, 고객입장에서 특히 불리한 보험회사 면책사항 등의 사항을 구두로 설명하여야 한다. 또한, 보험회사는 사후적으로 고객이 충분히 이해하였다는 사실을 확인 받아야 한다.

2) 계약체결전 교부서면의 작성방법

'계약체결전 교부서면'의 작성방법은 A3용지 양면(A4 용지 4면) 크기의 문서에 동 서면의 문자크기를 8포인트 이상, 특정 사항에 대해서는 12포인트로 작성하고 그래프와 표를 활용하여 작성할 수 있다. 기재 내용에 대한 전문용어를 가급적 삼가하고, 고객이 상품내용을 오해하지 않도록 알기 쉽고 명확하

게 기재 및 표시, 설명해야 한다. 가령, '계약개요서'와 '주의환기정보문서'를 일체형 서면으로 제공할 경우 동 서면의 내용을 계약자가 충분히 읽도록 주의의를 주는 문구를 서면의 시작문장에 기재하여야 한다. 세부적인 수치가 필요한 보험기간, 보험금액, 보험료 등에 대해서는 고객이 오해하지 않도록 대표사례 등을 들어 객관적 수치를 기재해야 한다. 서면을 다른 정보와 통합·분리할 경우 다른 정보와 명확하게 구분하고 중요한 정보임을 강조하여야 한다.

<표 IV-7> 중요사항 설명 정보제공 체계

명 칭	계약개요서	주의환기정보	모집인지위	의향확인서
발간주체	회 사	회 사	회 사	회 사
전달방법	제 공	제 공	직접설명	청약서
기재방법	A4 2면	A4 2면	청약서에	청약서에
제공시기	계약체결전	계약체결전까지	모집개시	청약시
기재 내용	보험설계서 내용 상품구조, 보험기간, 담보내용, 면책사유, 보험금액 등 인수조건, 특약개요, 보험료, 납입방법 및 납입기간	청약철회제도, 고지의무, 책임개시일, 면책사유, 보험료 납입잔존기간, 실효, 부활, 해약 및 환급금, 계약자보호제도, 계약전환제도, 금판법의 준용사항	소속보험회사명칭, 모집인의 신분·지위 설명	<표IV-9> 참고

주 : 그 밖에 청약서 부분 및 보험약관, 변액보험 운용설명서도 제공

서면 제공과 함께 고객의 입장에서 불이익이 발생할 수 있는 사항에 대해 구두로 설명이 필요하다. 설명자료에 대한 이해의 중요성, 면책사유 등 고객의 측면에서 불이익이 되는 정보에 대한 이해의 중요성, 승환·전환의 경우 고객에 대한 불이익 가능성 발생 등이 포함된다. 서면 교부시기는 고객의 수

준과 투자 목적에 따른 설명이 필요한데 설명 후 동 서면 내용을 이해하였다는 사실을 확인 받고 근거를 남겨야 한다. 실무적으로 보험계약 청약서에서 자필서명을 받고 있다.

비대면채널은 대면채널의 '계약체결전 교부서면'과 유사한 수준의 정보제공 및 설명이 요구되는데 '사전 구두 설명'과 '사후 서면제공' 방식으로 제공할 수 있다. 한편, 금융보험에 대한 전문지식이 있는 고객을 대상으로 하는 단체보험의 경우 계약개요서와 주의환기정보의 제공을 면제하는 대신 중요사항 설명서와 약관을 제공해야 한다.

다. 적합성 원칙

비투자형보험에 대해서는 적합성 원칙을 적용하고 있지 않으나, 고객 니즈에 관한 정보 수집활동과 의향확인서를 통해 고객의 니즈에 일치한 최선의 보험상품을 권유하도록 하고 있다.

라. 고객의 특성을 파악할 의무

적합성 원칙을 적용하고 있지 않으므로 고객의 특성을 파악할 의무도 없다. 다만, 고객의 니즈에 일치하는 이유에 대한 근거가 되는 의향확인서는 고객의 기본정보와 니즈에 관한 정보수집이 요구된다. 의향확인서는 생명보험과 제3보험에 가입예정인 고객을 대상으로 하고 있다.

한편, 보험계약자는 보험모집시 보험계약자 청약서상의 질문표의 작성 등을 통해 고지의무를 준수하여야 한다.

마. 불초청 권유 금지

현재 비투자형보험에 대해 불초청 권유 금지(unsolicited call)를 규제하고 있지는 않다.

그러나, 고객에 대하여 위압적인 태도나 난폭한 언어를 사용하여 현저하게 곤혹스럽게 하는 행위 등 고객을 위협하는 행위를 금지하고 있다. 또한, 권유

에 대하여 거절의사를 명백히 밝힌 고객에 대하여, 그 업무 또는 생활의 평온을 저해하는 시간대에 집요하게 방문하거나 전화를 거는 등 사회적 비판을 초래하는 방법으로 하는 모집행위, 업무상의 지위 등을 부당하게 이용하는 행위를 금지하고 있다¹¹⁴⁾.

바. 광고규제

보험광고에 대한 규제는 보험업법에서 직접적으로 명시하지 않고, 주로 허위사실 표시 및 오해 소지의 비교표시를 금지하는 등의 간접적인 방법으로 규제하고 있다¹¹⁵⁾.

광고행위는 불특정 다수의 소비자에게 동일한 정보를 제공하는 행위를 의미하는데 TV, 라디오, 간판 등의 전통적 광고행위와 우편, 팩스, 전자메일, 팸플릿, 기타 정보매체와 같은 유사광고행위를 포함한다¹¹⁶⁾.

금융청은 광고행위를 포함한 모든 표시행위¹¹⁷⁾에 대해 매체와 상품특성에 따른 적절한 표시방법을 보험회사가 자율적으로 수립하도록 위임하고, 보험협

114) 지위남용과 관련하여 금융청의 감독지침은 직무상의 상하관계를 부당하게 이용하여 고객에게 이익 또는 불이익을 제공할 것을 명시하는 행위를 금지하고 있다(보험업법§300①9호, 보험업법시행규칙§234①2호, 보험회사감독지침(Ⅱ-3-3-2(7) 및 Ⅱ-3-3-6(8)) 관련.

115) 보험모집 종사자에 대해 보험계약자 또는 피보험자에게 사실과 다른 내용을 알리거나, 허위사실을 알리고, 보험의 종류 및 보험회사의 상호 또는 명칭을 다른 것과 오해할 수 있게 알리는 행위를 금지하며, 불특정인에게 일부의 계약내용에 대해 다른 보험계약 내용과 비교해서 오해할 수 있는 사항을 표시하는 행위를 금지하고 있다(보험업법§300①~⑥ 관련).

116) 광고행위에서 제외된 행위는 다음과 같다(보험업법시행규칙§234의 15).

①계약체결전 또는 후 서면교부자료나 특별계정 안내서, 정관 및 약관 등과 같은 법령상 제공하는 자료 ②특별보험계약의 권유시 사용하지 않은 특정기업에 대한 기업평가 및 분석자료 ③다음사항이 모두 기재된 판촉물 또는 경품: 상품의 명칭, 광고행위자의 상호, 가격변동리스크의 설명, 계약체결전 서면 설명

117) 표시에는 팸플릿(계약안내 등 모집행위를 위해 사용하는 문서, 그림, 포스터), 간판, 유사광고, 신문·잡지·기타 출판물, 방송, 영상, 연극, 전광판에 의한 광고, PC 광고 등 기타 정보제공 매체가 모두 포함된다(Ⅱ-3-3-2(6)).

회는 '보험상품에 대한 적정표시 가이드라인'을 마련하여 준수하도록 권고하고 있다. 보험회사가 적정한 표시에 있어서 유의해야 할 사항은 다음과 같다 (감독규칙Ⅱ-3-8 관련).

- ① 보장내용의 우수성을 표현할 때 보장내용의 부담보 및 보험금 감액·삭감 등에 대해 함께 표시하지 않거나, 작게 표시, 홈쇼핑 등에서 짧은 시간에 표시, 참고자료를 명확히 제시하지 않고, 보험상품의 우수성과 관계없는 정보를 표시하거나 얼마나 우수한지 표시하지 않는 등 해당상품이 보다 우량한 상품으로 고객에게 오해의 소지를 주지 않아야 한다.
- ② 계약자보다 지나치게 낮은 연령대의 보험료를 사례로 들거나, 대표사례 연령대를 작은 글씨로 표시하는 등 보험계약자에게 계약조건이 상당히 유리하다고 현혹할 수 있는 표시를 할 수 없다.
- ③ 보험회사의 순위를 의미하거나 유일하다는 용어를 사용할 경우 객관적 사실에 근거를 갖추어야 한다.
- ④ 방카슈랑스의 경우 보험상품을 정기예금 등으로 오해하지 않도록 표시해야 한다.

사. 의향확인서

1) 개요

금융청은 2007년 4월 의향확인제도를 도입하였다. 의향확인서는 상술(제3장 제3절)한 바와 같이 가입하려는 보험상품이 고객의 요구사항과 부합하는지와 부합하는 이유를 고객이 보험계약 체결 직전에 확인하고 확인 후 교부하는 서면자료이다. 보험회사 등은 계약체결 이후에도 반드시 그 근거를 보관해야 한다.

2) 대상범위

의향확인서 교부 대상상품의 범위는 변액보험·연금, 외화 및 자산연계형보험·연금 등의 투자형보험, 생명보험 및 제3보험을 대상으로 하며 해외여행보험 및 1년 미만 상해보험상품, 단체보험 및 기업성 보험의 고객에게는 의향확인서면을 면제하고 있다.

<표 IV-8> 의향확인서 작성 및 교부 절차

보험회사 등이 고객 특성의 기초 정보수집 → 고객요구사항 정보수집 → 의향확인서 작성을 통한 고객요구사항 부합 유무 확인과 부합 이유제시 → 판매자와 가입자의 확인서명 → 의향확인서 교부 → 보험회사 등이 보관

3) 서면의 구성내용

금융청의 보험감독지침에서 의향확인서의 구성내용은 다음과 같다.

- ①고객 니즈에 관한 정보
- ②권유하는 보험상품이 고객의 니즈에 부합하는 주된 이유
- ③기타 고객의 특별 요구사항
- ④모집종사자의 성명과 명칭 등으로 구성된다.

①은 고객 니즈 관련 정보를 먼저 수집한 후 어떤 보장이 필요한지¹¹⁸⁾, 저축부분이 필요한지, 보장기간, 보험료, 보험금액에 관한 규모 등을 기재하여야 한다. ②는 권유상품이 고객의 니즈에 일치 또는 부분적으로 일치한 경우 사유, 고객이 특별히 부탁한 보장이 있는 경우 이에 대한 니즈 정보, 고객니즈와 관련된 정보제공이 부족할 경우 그 사유를 포함하여야 한다. ④는 의향확인서의 작성책임자가 모집종사자 임을 기재하여야 한다.

4) 교부방법

의향확인서를 작성하기 위해서는 상술한 ①과 ③에서 관련된 고객 니즈관련 정보 수집활동이 필요하며, 개인정보보호 등의 관련 법률을 준수하여야 한다. 서면은 보험계약 체결 전까지 고객에게 확인시켜야 하며, 확인 후 지체 없이 고객에게 교부해야한다. 실무적으로는 판매자와 보험가입자의 자필서명을 받

118) 유족보장, 의료보장, 의료보장 중 암·3대질환 보장, 상해보장, 개호보장, 노후생활 대비, 자산운용 등

고 있다. 다만, 고객 니즈에 관한 정보(①)가 사실과 다르거나 수정이 필요할 경우 재확인 할 수 있다. 의향확인서는 서면 교부를 원칙으로 하되, 전자기법으로도 교부 가능하며, 다른 문서와 함께 제공할 때에는 다른 문서와 명확하게 구분해야 한다. 다만, 해외여행보험과 같이 계약체결의 신속성이 요구될 경우나 TM 등 즉시 제공하는 것이 곤란한 경우 구두로 먼저 확인 후 사후적으로 교부할 수 있다.

한편, 동 서면의 제공을 희망하지 않는 경우 동 서면의 내용이 얼마나 중요한지를 설명하고, 설명하였다는 근거를 사후적으로 보험회사가 보관하여야 한다.

<표 IV-9> 일본 손보사의 의향확인서 주요 기재내용(제3보험)

I. 고객 니즈에 관한 정보

Page 1

	주요항목	상세항목	Yes	No
①	희망하는 보장	- 보장종류 나열		
②	만기환급금	①만기환급금이 필요한지 ②만기환급금은 요구한 대로 인지		
③	계약자배당제도	계약자배당금이 요구한 대로 인지		
④	보험종류, 보장내용	보험종류, 보장내용, 부대특약이 요구한 대로인지		
⑤	보험금액	보험금액이 요구한 대로 인지		
⑥	보험기간	보험기간이 요구한 대로 인지		
⑦	보험료	보험료가 요구한 대로 인지		
⑧	기타사항	①~⑧ 대답이 불가능 한 사항		

II. ⑨~⑮는 청약서 또는 가입신청서의 기재내용 확인 후 다음을 확인Page

⑨	직업 및 직무	정확히 기재하였는지		
⑩	생년월일, 성별	정확히 기재하였는지		
⑪	피보험자의 범위	피보험자의 범위는 요구대로 인지		
⑫	생계유지자	가족 중 생계유지자가 기명 피보험자로 기재하였는지		
⑬	소득보장보험의 보험금액	소득보장보험의 보험금액 적절한지		
⑭	배우자할인	배우자 할인을 확인하였는지		
⑮	건강상태	건강고지서에 정확히 기재하였는지		
⑮	보험가입 경험	기존 보험계약, 보험금지급 경험 유무		
⑮	기타	⑨~⑮ 대답이 불가능 한 사항		
다음의 사유로 추천하는 상품이 적합하다고 판단됩니다.				
<대리점/중개인 기재사항> - 고객의 요구를 반영하지 못한 사항				
<고객확인란> - 자필 서명		<대리점/중개인 확인란> - 자필 서명		

자료 : <http://www.ms-ins.com>

아. 기타

1) 보험계약자 및 건강검진시 본인 확인

보험계약 체결 또는 갱신시 허위계약 등을 방지하기 위해 운전면허증이나 여권, 보험료 납입 금융기관을 통한 본인 확인, 직접방문 또는 전화 등을 활용하여 보험계약자 본인을 반드시 확인하여야 한다.

아울러, 대리 검진 등을 통한 보험사기를 방지하기 위해 건강검진 시에도 의사에 의한 운전면허증이나 여권 등에 의한 본인 확인, 모집인의 동행 또는 보험회사의 직접면접에 의한 본인 확인을 해야 한다.

2) 모집인 지위 설명

일본의 보험모집인은 보험모집을 할 때 고객에게 사전에 자기의 지위를 알리기 위해 다음 사항을 명확히 설명해야 한다.

- ①소속보험회사 등의 상호, 명칭, 성명
- ②보험모집인이 소속 보험회사의 대리인 자격인지 또는 중개행위를 하는 것인지에 대한 설명
- ③보험모집인의 상호, 명칭, 성명을 구두로 설명

특히, 보험중개사가 중개를 하고자 할 때에는 고객에게 자기의 입장을 명확하게 알려야 한다.

보험모집인이 자기의 지위를 고객에게 설명하는 것은 매우 중요하다. 왜냐하면 보험모집인은 보험계약의 체결을 중개하거나 대리할 수도 있으므로 어떠한 지위에 있느냐에 따라 고지의무나 보험료 수령 방법 등에 큰 차이가 있기 때문이다. 가령 보험모집 중개를 목적으로 하는 보험모집인의 경우에는 보험계약자가 고지사항을 신고하더라도 고지 수령권이 없어 효과가 발생하지 않는다. 따라서 보험모집인은 이러한 권한에 대해서도 설명할 필요가 있다.

V. 주요국의 비교 분석

1. 판매권유 규제 근거법의 체계 비교

가. 통합금융법의 추진 방식 비교

우리나라는 영국의 통합금융법 체제를 지향하기 위해 부분적이고 점진적인 통합법률 제정을 추진하고 있으며, 이러한 측면에서 국내 자본시장통합법은 영국의 금융서비스법(1986), 일본의 금융상품판매법(2000) 및 금융상품거래법(2006)의 입법과 유사한 점이 많다. 그러나, 통합금융법에 보험상품을 규제대상으로 포함하는지 여부에 대해서는 다소 차이를 나타내었다.

자본시장통합법은 형식적으로는 은행법과 보험업법을 규제대상에서 제외하였으나, 현재 은행 및 보험회사가 판매하고 있는 원본 일부 보장형 은행상품과 보험상품의 경우 이법의 규제 대상이 되어 사실상 일부의 은행상품 및 보험상품이 이법의 판매권유 규제를 받게 될 가능성이 높다. 1986년 금융서비스법(FSA)을 제정하여 부분적인 통합법을 추진했던 영국은 예금과 순수보장성 생명보험 및 손해보험을 제외한 증권과 선물, 투자신탁 등 거의 모든 금융상품의 거래를 이법의 규제대상에 포함하였으나 자본시장통합법과 차이가 있다. 즉, 영국의 금융서비스법(FSA)은 금융서비스의 법률적 기능을 하고 있어 투자서비스의 기능을 하고 있는 자본시장통합법보다 규제 대상이 더 광범위한 넓은 의미의 통합금융법이라고 말 할 수 있다. 한편, 일본의 금융상품판매법과 금융상품거래법은 우리나라 보다 한발 앞서 부분적인 금융통합법의 체계를 이루었다는 점에서 우리나라의 통합금융법 추진 방식과 유사하다. 특히, 금융상품거래법은 자본시장과 관련된 동일한 금융기능을 동일하게 규율하는 기능별 규율체제(Functional regulation)를 도입하는 등 통합방식과 입법의 목적, 기능 등에 있어서 자본시장통합법과 가장 유사하다. 그러나 자본시장통합법이 사실상 투자성이 높은 은행 및 보험 상품을 규제대상에 포함하고 있는데 반해 금융상품거래법은 제한적 열거방식에 의해 은행과 보험을 규제대상에서 제외하는 방식을 취하였다는 점에서 자본시장통합법과 큰 차이가 있다.

따라서 자본시장통합법은 일본의 금융상품거래법과 같이 투자서비스법의 기능을 하면서도 보험상품을 규제대상으로 포함하는지 여부에 대해서는 영국의 금융서비스법(FSA)과 유사한 입법 태도를 취하고 있는 차이가 있다.

<표 V-1> 주요국의 통합금융법상 투자형보험 포함 유무 비교

구분	한국	영국	일본	미국
제정 년도	2007	1986	2006	금융기관별 규제 체제
법률명	자본시장통합법	금융서비스법	금융상품거래법	
법 기능	투자서비스	금융서비스	투자서비스	
투자형보험 포함 유무	포함	포함	제외	
정의방식	포괄주의	포괄주의	제한적 열거주의	

한편, 미국은 전통적인 금융의 전업주위 국가로 분류되어 오랫동안 금융기관별 규제체제를 유지하고 있다는 점에서 한국, 영국, 일본과 차이가 있다. 다만, 변액보험·연금의 경우 증권법제에 의해 유가증권으로 분류되어 주 보험업법이 증권관련 일부 규제를 반영하는 등 법률체제를 보이고 있다.

나. 영업행위규제의 법적 근거의 비교

우리나라와 영국의 경우 보험상품의 투자성 유무에 따라 이원화된 법률 및 영업규범에 따라 판매권유 행위를 규율하나, 미국과 일본은 보험상품의 투자성 유무에 관계없이 보험업법의 단일 법률에 의해 규율되는 차이를 보인다.

우리나라는 자본시장통합법의 제정에 따라 2009년 2월부터 원본 손실의 가능성이 있는 변액보험의 경우 동법의 판매권유 규제가 적용되며, 원본 보장형 변액보험의 경우 보험업법의 영업행위규제가 적용될 가능성이 높다. 반면, 일본은 변액보험에 대해 보험업법이 금융상품거래법의 적합성 원칙 등을 준용하여 규율하므로 이중규제에 대한 논란이 일어날 가능성이 거의 없다. 영국은 금융서비스법 체제하에서 일반영업행위규범이 투자상품을

규율하며, 비투자형보험규범이 일반보험을 규율하여 투자성 유무에 따른 이원화된 투자권유 규제가 적용된다. 미국의 경우 변액보험에 대한 NAIC의 모델규칙과 연방 증권 관련법령을 주 보험법이 수용하여 주 보험법에 근거하여 규제감독이 이루어진다.

<표 V-2> 국가별 보험상품에 대한 법적 근거 및 규제주체 비교

	구분	한국	미국	영국	일본
투자형 보험	근거	자본시장통합법 /보험업법	주 보험법 (증권법 반영)	FSMA(COB)	보험업법
	규제주체	금융위/금감원	주 보험청	FSA	금융청
	대상상품	원본손실상품 ¹⁾ /원본보장상품	변액보험·연금	투자·저축성 ²⁾	특정보험계약 ³⁾
비투자 보험	근거	보험업법	주 보험법	FSMA(ICOB)	보험업법
	규제주체	금융위/금감원	주 보험청	FSA	금융청
	대상상품	전 보험종목	전 보험종목	비투자형보험	전 보험종목

주 : 1) 한국은 원본 손실형 보험상품(변액연금 및 변액유니버설보험 등)과 원본 보장형 보험상품(변액보험)으로 구분

2) 영국은 변액연금·보험, 개인연금 등을 포함, 일반·비투자형보험영업행위규범을 근거로 규제

3) 일본의 특정보험계약은 변액보험·연금, 해약환급금변동형보험·연금, 외화표시형보험·연금을 대상

2. 투자형보험의 판매권유 규제 비교

가. 국가별 판매권유 규제의 비교

한국·미국·일본·영국은 투자형보험에 대해 공통적으로 설명의무, 적합성 원칙, 광고규제 등을 도입하고 있으나, 투자자분류제도, NYC Rule의 적용은 국가별로 상이한 것으로 나타났다.

우리나라는 자본시장통합법에 의거하여 투자자 분류제도, 설명의무, 적합성 원칙, NYC Rule, 불초청·재권유 금지(보험은 제외), 광고규제 등의 판매권유

규제가 적용될 예정이며, 투자성 유무에 관계없이 생명 및 장기보험의 경우 보험관계법령에 따라 청약철회, 취소, 해약 등의 보험소비자 보호제도가 적용된다. 미국은 NAIC 모델규칙에서 상품설명제도, 적합성 원칙, NYC Rule, 광고행위 등을 도입하고 있으나, 투자자 구분, 불초청 권유·재권유 금지에 대한 규제에 대해 명시하지 않고 있다. 영국은 FSA의 일반영업행위규범에서 투자자구분, 설명의무, 적합성 원칙, NYC Rule, 광고규제, 청약철회제도 등의 판매권유 규제를 도입하였다. 일본은 상법 보험편에서 설명의무 및 청약철회제도를 도입하고, 보험업법에서 투자자 구분, 설명의무, 적합성 원칙, NYC Rule, 광고규제 등에 대한 규제를 도입하였다.

<표 V-3> 주요국 투자형보험의 주요 영업행위규제 비교

자통법 항목	한국	미국	영국	일본
투자자 구분	○	×	○	○
설명 의무	○	○	○	○
적합성 원칙	○(×)	○	○	○
NYC Rule	○(×)	○	○	○
불초청 권유 금지	×	×	×	×
재권유 금지	×	×	×	×
광고규제	○	○	○	○

- 주 : 1) 한국(자본시장통합법, 보험업법), 영국(COB), 일본(보험업법)을 대상
 2) ()는 원본 보장형 변액보험 등
 3) 미국은 NAIC의 변액생명보험 모델규칙을 대상

나. 고객분류제도

우리나라와 일본은 투자자에 대해 두 가지 유형의 분류제도를 도입 및 운영하고 있으며, 영국은 세 가지 분류방식을 운영하고 있다. 선진국들은 일반적으로 투자자가 계약한 금융상품에 대한 위험을 인수할 능력이 있는지를 기준으로 투자자를 분류하고 있다.

우리나라는 자본시장통합법에서 전문투자자와 일반투자자를 구분하는 투자자 분류제도를 도입하고 있다. 일본은 금융상품거래법을 준용하여 보험업법에서 투자형보험에 대해서만 일반투자자, 전문투자자로 분류하는 투자자 분류제도를 도입하였다. 영국은 투자자의 투자경험과 자산규모에 따라 일반소비자, 중간소비자, 시장상대방으로 구분한다. 한편, 미국은 보험법에서 투자자 분류를 하였으나 증권거래법에서 적격계약참가자라는 용어를 사용하고 있다.

<표 V -4> 일반계약자와 전문계약자의 비교

		한국	미국	영국	일본
투자 상품	분류	-일반투자자 -전문투자자	- 미도입	-일반소비자 -중간소비자 -시장상대방	-일반투자자 -전문투자자
비투 자형	분류	- 미도입 ¹⁾	- 미도입 ²⁾	-소매소비자 -기업소비자	- 미도입 ³⁾

주 : 1) 한국은 기업성 보험계약자를 전문소지자로 취급(보험업감독규정§7-45②)

2) 미국은 단체보험계약(비투자형보험)의 개념 존재(NYIL§4216)

3) 일본은 단체보험계약에 대한 분류 개념 존재(보험업감독지침 IV-1-14)

다. 설명의무와 방법

자본시장통합법은 금융투자상품에 대해 투자내용과 위험에 대한 설명의무와 투자자가 이를 이해하였음을 확인하는 확인의무를 도입하고 있다. 반면, 현재 변액보험 등의 근거법인 보험관계 법령은 약관교부 및 설명의무, 가입설계서, 상품설명서, 변액보험운용설명서 등의 교부를 명시하며, 보험계약자의 확인제도와 보험모집인 실명제 등 다양한 소비자 보호제도를 운영하고 있다.

영국은 판매자가 투자형보험을 모집할 경우 ①최초공시자료(initial disclosure document), ②거래조건약정서(terms of business), ③EU요구정보, ④적합성 통지서(suitability letter), ⑤고객 요구사항 및 수요확인서(statement of demands and needs), ⑥핵심설명서(key features documents)를 제공하여야 한다. 실무적으로는 ①에 ②를 통합, ④에 ⑤를 통합, ⑥에 ③을 통합하여 제공할 수 있다.

일본은 보험계약 당사자 간의 정보의 불균형 상태를 개선하고, 가입절차상 의사소통을 명확화하기 위해 주로 영국의 영업행위규범을 참고로 제도 개선을 추진하고 있다. 일본은 영국의 고객 요구사항 및 수요확인서를 모델로 2007년 10월부터 의향확인제도를 도입하였다. 투자형보험을 포함한 생명보험 및 제3보험을 대상으로 하는 의향확인제도는 판매자가 권유하는 보험상품의 내용이 고객의 요구사항과 일치하는 지를 고객과 판매자 쌍방이 확인하는 서면교부제도이다. 또한, 일본은 중요사항에 대한 정보를 고객이 상품의 내용을 이해하는데 필요한 정보인 ‘계약개요’와 보험계약자에게 불이익하므로 특별히 주의를 당부하는 경고성 정보인 ‘주의환기정보’로 분리하는 계약체결전 서면자료제도(2007.4)를 도입하였다.

미국은 세 가지 유형의 상품설명자료 제도를 운영하고 있다. 보험계약 개요서(policy summary)는 보험계약에서 중요한 사항을 집중적으로 설명하기 위해 교부된다는 점에서 영국의 핵심설명서와 유사한 기능을 한다.

<표 V -5> 투자형보험의 계약체결전 설명자료 국가별 비교

명 칭	한국	미국	영국	일본
근거법	보험업법/ 자본시장통합법	주 보험법	FSMA(COB)	보험업법
대상상품	변액보험	생명보험	투자형보험	특정보험계약
설명자료 제공	<보험업법> ①가입설계서 ②변액보험운용 설명서 ③상품설명서 ④청약서 사본 ⑤보험약관 <자통법> ① 설명의무 ② 설명확인	①buyer's guide ②preliminary information ③Policy Sum mary	①initial disclosure document ②suitability letter ③key features documents	①보험계약 개 요서 ②의향확인서 ③주의환기정보 문서

주 : 영국은 ①에 terms of business내용 포함 가능, ②에 statement of demands and needs 포함 가능, ③에 EU요구정보 포함 가능

라. 적합성 원칙

적합성 원칙을 먼저 도입한 선진국들은 처음부터 현행과 같은 엄격한 적합성 원칙을 도입한 것은 아니다. 도입 당시에는 개념을 추상화하거나 보험회사가 자율적 운영하는 방식으로 도입하였으며, 판매채널의 다원화에 따른 소비자 보호의 필요성에 따라 강화 및 확대하였다. 영국은 금융서비스법(1986) 체제에서 양극화규제¹¹⁹⁾가 시행된 이후 판매자의 책임강화와 불완전 판매 등을 개선하기 위해 자율규제기관이 최적 권유제(Best advice)를 처음으로 도입하였다. 이후 1990년대에 판매채널 다원화에 대한 부작용이 발생하면서 소비자 보호를 위해 적합성 문서(Reason why letter, 1995)의 교부, 적합성 원칙의 법정용어 도입 및 제도 의무, NYC Rule 도입(2001), 비투자형보험의 확대 적용(2005) 등으로 강화되었다. 그러나 적합성 원칙이 지나치게 많은 비용이 소요되어 영국 금융청이 적합성 원칙을 다소 완화하는 조치를 내리기도 하였다. 일본은 금융상품판매법(2000)에서 판매자가 고객의 지식, 경험, 재산상황 등을 고려한 권유기준을 공개하도록 하는 추상적 개념을 먼저 도입하고, 금융상품거래법(2006)에서 적합성 원칙 및 NYC Rule 도입, 보험업법에서 투자형보험에 대한 적합성 원칙 도입으로 강화되었다. 미국은 1974년 NAIC가 변액모델 규칙에서 처음으로 적합성 원칙을 도입한 이후 도입이 대부분의 주 보험법으로 확대되었으며, 최근에는 일부 주에서는 연금보험에 대해서도 도입을 시도하고 있다.

119) 양극화규제(Polarisation Rule 1988)는 투자·저축·종신보험 등을 판매하는 자를 전속설계사 또는 독립금융중개인(IFA)으로 제한하는 규정으로 2002년 폐지되었다.

<표 V -6> 투자형보험의 국가별 적합성 원칙 적용방식 비교

	한국	미국	영국	일본
근거	자본시장 통합법	주 보험법	FSMA(COB)	보험업법
대상 상품	금융투자상품	변액연금·보험/	투자·저축성/ 비투자형보험	특정보험계약
적용 정도	높은 수준	낮은 수준	높은 수준/ 낮은 수준	높은 수준

주 : 미국은 주별로 NASD의 자율규제 또는 NAIC 규칙을 다르게 반영하므로
상이하며, 변액보험(32개주) 및 연금(12개주) 등에 대해서 적용(NAIC(2006.
8), II-LI-55-1~80-8)

미국의 경우에는 적합성원칙에 위반한 경우 「단속법규」를 위반한 것으로 판단하여 일정한 행정적 제재를 가하고 있지만, 그렇다고 하여 이 원칙 위반이 손해배상요건을 충족하는 것으로 보지 않고, 투자권유자가 충실의무를 위반한 경우에만 손해배상책임을 지우고 있다. 그러나 영국의 경우 적합성원칙의 위반은 법규위반으로 되어 불법행위책임을 지게

되(Financial Services and Market Act 2000 Explanatory Notes, §39), 일본의 경우도 판례에 의해 적합성원칙이 수용되다가, 금융상품판매법(2000), 금융상품거래법(2006)에 의해 일정사항에 대한 설명의무위반의 경우 손해배상책임을 지우고 있다¹²⁰⁾.

마. 고객의 특성을 파악할 의무

우리나라와 주요국은 공통적으로 적합성 원칙과 함께 동 제도를 이행하기 위해 '고객의 특성을 파악할 의무'를 동시에 도입하고 있다.

영국의 영업행위규범은 추천하는 상품에 대한 권유 이유가 기재된 적합성 통지서를 교부하고, 고객으로부터 입수한 기초정보와 고객이 요구한 보장내용 등을 확인하기 위해 고객 수요확인서에 서명하는 절차가 필요하다. 미국은 NAIC의 변액보험모델규칙에서 고객의 특성을 파악하도록 요구하고 있으나

120) 小林秀之(2000), pp.24~28

적합성 통지서와 같은 서면교부 의무는 없다. 다만, 실무적으로는 보험회사가 적합성 원칙에 대한 내부통제기준을 마련하여 투자목적, 재무현황, 요구 사항 등의 고객 정보를 확인하는 절차를 거치고 있다. 일본은 적합성 통지서의 도입을 명시하고 있지는 않지만 동 제도를 이행하기 위해 투자지식, 투자경험, 재산현황, 투자목적 등을 파악하고 고객 정보를 확인할 수 있는 의향확인서의 교부를 금융청이 요구하고 있다.

한편, 영국은 TM이나 고객의 요청, 신속한 계약체결이 필요할 경우에 구두로 고객특성을 확인하고 계약체결 후 즉시 통지서를 교부할 수 있도록 예외적인 조치를 인정하고 있다. 또한, 소액보험이나 단순히 보험계약을 증액할 경우 적합성 통지서의 제공을 유예하고 있다. 일본과 미국에서도 영국과 유사하게 판매채널 및 보험종목 특성에 따른 예외적 조치를 두고 있다.

바. 불초청 권유제

자본시장통합법은 불초청 권유의 금지와 의사에 반하는 재권유 행위 금지를 명시하고 있으나, 보험상품에 대해서는 예외적으로 적용을 제외하였다.

주요 국가에서는 보험상품이 전통적으로 불초청 권유 행위에 의한 영업방식에 의존 하는 특수성을 감안하여 불초청 권유 금지나 재권유 행위 금지를 명문화 하고 있지 않다. 특히, 통합금융법 체제를 지향하는 영국·일본은 불초청 권유 금지를 보험상품의 경우 적용을 제외하고 있다. 미국도 특별한 규정이 없다. 영국은 재권유 행위 금지를 명시하고 있지 않으며, 일본은 금융상품거래법상의 재권유 금지 규정을 보험업법에서 적용을 제외하였다.

사. 광고규제

우리나라(자본시장통합법)와 영국(COB), 일본(금융상품거래법)은 공통적으로 금융투자상품에 대한 광고 행위시 사업자의 명칭, 상품내용, 투자위험 등의 필수 기재사항을 표시하도록 하고 있다. 특히, 일본은 투자위험의 기재에 그치지 않고, 금리, 외환가격 등의 시장지표의 변동에 의해 원본 손실이 발생

할 가능성과 그 이유를 표시하도록 의무화하였다. 또한, 일본은 투자광고에 대해 유·불리한 사항에 대한 글자크기가 현저하게 차이가 나지 않도록 금융청이 감독기준을 마련하는 등 엄격하게 규율하고 있다. 영국은 향후 새로운 광고 매체 또는 기법의 등장에 대비하여 투자광고를 유형화하여 차별화 한 광고 규제를 적용하고 있다. 영국은 영업행위규범에서 실시간 금융광고, 비실시간 금융광고, 직접 청약부금융광고를 각각 정의하고, 특히 e-mail, 웹사이트 등을 이용한 비실시간 금융광고에 대해서는 엄격하게 규제한다.

3. 비투자형보험의 판매권유 규제 비교

가. 국가별 판매권유 규제 비교

한국·미국·일본·영국은 보험상품의 특성을 반영한 판매권유 규제를 적용하며, 영국의 경우 비교적 엄격한 판매권유 규제가 적용하고 있는 것으로 나타났다.

한국·미국·일본은 보험법령과 위임규정에서 보험약관의 교부 및 설명의무, 보험상품설명, 청약철회, 보험모집 자격, 부당모집 금지, 광고규제 등 보험 특성을 반영하여 보험소비자를 보호하고 있다. 최근 미국 일부 주에서는 연금보험에 대해 낮은 수준의 적합성 원칙과 NYC Rule 도입을 시도 중이다. 일본은 영국의 입법례를 모델로 의향확인서를 도입하는 등 최근 소비자 권익 보호제도를 강화하고 있다. 영국은 보험소비자 구분, 설명의무, 적합성 원칙, NYC Rule, 광고규제 등을 운영하고, 2006년부터 비투자형보험에 대해서도 낮은 수준의 적합성 원칙을 도입하는 등 엄격하게 규제하는 추세이다.

<표 V-7> 주요국 비투자형보험의 주요 영업행위규제 비교

항목	한국	미국	영국	일본
계약자 구분	×	×	○	×
설명 의무	○	○	○	○
적합성 원칙	×	×	○	×
NYC Rule	×	×	○	×
불초청권유 금지	×	×	×	×
재권유 금지	×	×	×	×
광고규제	△	○	○	△
청약철회	○	○	○	○

주 : 한국(보험법령), 미국(뉴욕주 보험법), 영국(ICOB), 일본(보험법령)을 대상

나. 고객분류제도

영국을 제외한 우리나라와 미국, 일본은 현재 보험모집단계에서 소비자를 보호하기 위해 고객을 별도로 분류하는 제도는 없다. 보험감독의 목적에 따라 단체보험계약을 정의하고 있을 뿐이다¹²¹⁾. 우리나라와 일본은 단체보험에 대해 일부의 설명자료를 생략할 수 있도록 자율성을 부여하였다. 영국은 비투자형보험에 대해 투자상품의 3분법 고객분류 체계와 달리 소매소비자(retail customer)와 기업소비자(commercial customer)로 구분하여 보호의 정도를 달리하고 있다.

다. 상품설명제도

한국과 미국, 일본, 영국은 상품설명제도에 대해 다음과 같이 유사성과 차

121) 미국의 경우 단체보험증권을 발급하기 위해 고용근로자를 위할 때 퇴직근로자 및 근로자 가족을 포함하는 보험을 단체보험계약으로 정하고 있다(NYIL §4216). 일본은 단체보험에 대한 보험료 할인 기준을 목적으로 단체 유형을 4가지로 분류하고 있다(감독지침 IV-1-14).

이가 있는 것으로 분석된다. 유사한 점은 다음과 같다.

- ① 상품설명서(한), 보험계약 개요서(미), 보험계약 개요서(영), 주의환기정보(일)는 보험계약과 관련된 중요사항에 대해 집중적으로 안내하는 것을 주요 목적으로 하고 있다.
- ② 예비 보험가입자에게 보험가입 전 보험가입의 조건 및 선택방법 등의 안내하는 가입설계서(한)와 보험가입 안내서(미)는 기능적으로 유사하다.
- ③ 상품설명서(한)와 계약예시정보(미)는 보험계약내용을 확인하기 위해 서명이 필요하며, 수요확인서(영)와 의향확인서(일)는 고객이 요구한 사항에 대해서 쌍방이 확인할 수 있는 서면제도이다.
- ④ 한·미·일·영은 특정한 보험종목에 대해 일부의 설명자료의 제공을 제외하기도 한다. 한국은 단체 및 기업성보험 등에 대해 상품설명제도 면제, 뉴욕주는 1만달러 이하의 사망생명보험에 대해 보험가입 안내서와 보험계약 개요서 교부의 면제, 영국은 소액보험의 경우 적합성 통지서의 면제, 일본은 단체 및 기업성보험의 경우 계약체결전 서면 교부 의무가 면제된다.

또한, 다음과 같은 차이가 있는 것으로 나타났다.

- ① 미국과 일본이 3가지 이상의 설명자료, 영국이 가장 많은 설명자료를 제공하는 등 선진국들은 보험계약 체결 전까지 고객에게 2종~4종의 설명자료를 제공하고 있다.
- ② 영국과 일본은 고객 수요 확인제도를 도입하고 있으나, 한국과 미국은 보험회사가 자율적으로 판단하고 있다.
- ③ 한·일·영은 상품설명제도를 주로 개인형 생명보험과 손해보험을 대상으로 운영하고 있으나, 미국의 경우 손해보험에 대해 불공정거래행위 규제 이외에 특별한 규제가 있지는 않다.
- ④ 영국과 일본에서는 보험모집인의 실명과 함께 판매자의 지위를 설하도록 하고 있으나 한국은 모집인 실명제도가 시행중이다.

<표 V -8> 비투자형보험의 계약체결전 설명자료 국가별 비교

명 칭	한국	미국	영국	일본
근거법	보험업법	주 보험법	FSMA(ICOB)	보험업법
대상상품	비투자형보험	개인생명보험	비투자형보험	비투자형보험
설명자료 제공	①가입설계서	①buyer's guide	①initial disclosure document	①보험계약 개 요서
	②상품설명서	②preliminary information	②statement of demands and needs	②의향확인서
		③policy summary	③policy summary	③주의환기정보 문서
			④statement of price	

주 : 영국은 ①은 판매자 지위정보 포함 가능, ③에 EU 정보 포함 가능하며, 핵심 설명서로 대신 가능

라. 적합성 원칙

비투자형보험에 대해 영국은 적합성 원칙을 적용하고 있으나, 한국·미국은 적합성 원칙을 도입하고 있지 않다. 영국은 보장성생명보험 및 손해보험에 대해 최적의 권유상품이 아닐 경우 그 취지를 고객에게 설명한 후 권유하도록 하는 낮은 수준의 적합성 원칙을 운영하고 있다. 일본은 금융상품판매법에 따라 모든 금융상품에 대해 판매자가 고객의 특성을 고려한 적절한 권유방침을 정하고 공개하도록 자율성을 부여하였다. 미국은 일부 주에서 연금보험에 광의의 적합성 원칙을 적용하고 있는 것으로 나타났다.

<표 V-9> 비투자형보험의 국가별 적합성 원칙 적용방식 비교

	한국	미국	영국	일본
근거	보험업법	NAIC 규칙	ICOB	보험업법
대상상품	전 보험종목	연금	비투자형보험	비투자형보험
적합성 방식	미적용	광의	광의	미적용
설명 의무	있음	있음	있음	있음

마. 고객의 특성을 파악할 의무

한국과 미국은 비투자형보험에 대해 적합성 원칙을 도입하고 있지 않으므로 고객의 특성을 파악할 의무가 없다. 영국과 일본은 비투자형보험에 대해서 고객의 특성을 파악하도록 요구하고 있다. 영국은 고객 정보수집 활동을 위해 투자형보험과 같이 적합성 통지서의 교부 의무는 없으나, 수집된 고객정보와 고객 니즈에 부합된 상품인지에 대한 유무를 확인하기 위해 고객에게 고객 수요확인서(statement of demands and needs)를 교부하여야 한다. 또한, 일본은 수집한 고객특성과 고객이 요구한 보장내용을 확인하기 위한 의향확인제도를 운영하고 있다. 영국과 일본은 고객이 요구하거나 TM 또는 신속한 보험계약의 체결이 필요한 경우 사전에 구두로 고객 특성을 파악하고 사후에 서면을 제공할 수 있도록 예외조항을 두고 있다.

바. 불초청 권유 금지제도

우리나라와 주요 국가들은 보험상품에 대한 불초청 권유 및 재권유 금지를 규제하지 않는다. 다만, 우리나라는 비대면판매의 경우 고객의 평온한 생활을 침해하는 권유행위를 할 수 없으며, 영국과 일본은 심야 등 비 일상적인 시간대의 권유행위를 금지하고 있다.

사. 광고규제

우리나라 및 일본의 보험업법, 미국의 주 보험업(손해보험 대상)은 허위사

실 표시 및 부실 표시 금지 등과 같은 간접 광고규제 방식에 주로 의존하고 있는 것으로 나타났다. 특히, 우리나라와 일본의 보험법령은 보험협회의 위임에 의존하여 보험상품의 광고행위를 규제하고 있는 것이 특징이다. 영국은 방문, 전화 등의 실시간 광고행위에 대해 특별한 규정을 두고 있지 않으나, 이메일, 신문, 웹사이트 등과 같은 비실시간 광고에 대해서는 엄격한 광고규제를 두고 있다. 미국 뉴욕주는 일반적 광고와 비교광고에 대해 엄격하게 규제하고 있다. 뉴욕주는 생명·상해·연금계약을 대상으로 하는 광고 행위시 허위·부실·과장광고, 오해할 수 있는 용어의 사용을 금지하는 등 엄격히 규제하고 있으나, 손해보험의 경우 허위·부실광고에 대해 불공정 거래행위로 취급하고 있다.

VI. 시사점 및 결론

1. 시사점

가. 종합적 시사점

주요 국가들이 시행하고 있는 보험상품의 판매권유 규제를 비교한 결과 다음과 같은 시사점을 찾을 수 있다.

첫째, 국내 금융 및 보험산업이 처한 환경과 규제 수준이 선진국과 일치하지 않으므로 우리나라의 실정에 맞는 보험소비자 보호 정책의 수립이 바람직하다. 일본의 경우 2006년 변액보험에 대한 적합성 원칙을 도입하면서 2000년 이전에 영국에서 시행하던 적합성 원칙을 도입하였다. 이는 현재 일본의 보험산업의 규제환경 등이 통합금융법 체제 이전의 영국과 유사하다는 판단 때문인 것으로 분석된다. 그러므로 향후 선진형 보험소비자 보호정책을 수립할 때에는 국제적 정합성도 중요하지만 현재 국내 보험시장의 발전도 및 규제 수준을 종합적으로 판단하여 우리나라의 실정에 가장 부합한 보험소비자 보호 제도를 도입하는 것이 바람직하다. 이를 위해서는 현행 선진국의 제도 도입에 대한 이해는 물론 과거 선진국의 보험소비자 보호제도 경험에 대해서도 깊이 이해할 필요가 있다.

둘째, 지나친 판매권유규제의 도입은 보험회사의 추가적인 비용 발생과 보험상품의 가격 인상으로 이어질 가능성이 있고 청약절차의 복잡 등 보험소비자의 편의성이 결여될 수 있으므로 보험소비자의 비용과 편익을 고려하여 보험소비자의 권익을 보호하는 것이 필요하다. 특히, 보험상품은 전통적으로 부시형 영업에 의존도가 큰 상품이므로 지나친 고객정보 수집(NYC Rule) 등의 판매규제는 보험소비자의 구매력을 떨어뜨릴 수 있으므로 법적 의무사항과 자율규제 기능의 역할을 적절하게 분리하여 균형 있는 보험소비자 정책을 수립하는 것이 바람직하다. 예컨대 일본은 보험업법에서 변액보험 등에 대해 적합성 원칙을 도입하였으나 그 이행 방법 및 정도 등에 대해서는 보험감독규정에서 보험회사가 자체적인 기준을 통해 보험소비자

를 보호 할 수 있도록 최소한의 사항을 규율하고 있어 시사하는 바가 크다. 또한, 영국 정부는 효율적인 금융시장 질서 확보 및 개인소비자의 공정한 금융거래 지원을 목표로 규제개혁을 추진하고 있으며, 그 결과로 손해 보험상품에 대한 공시자료의 일부 제공을 폐지하였다.

나. 보험소비자의 특성을 고려한 고객분류제도 필요

자본시장통합법은 투자자 보호를 위해 전문성과 보유자산 규모 등의 투자 위험 감수 능력을 기준으로 일반투자자와 전문투자자로 분류하였다. 아울러 비상장기업의 경우 외부평가 절차를 통하여 전문투자자로서 지위를 인정하도록 하였다. 고객분류제도를 도입하고 있는 대표적인 국가인 영국은 투자상품과 보험상품에 대한 이원화된 고객분류제도를 시행하고 있어 시사하는 바가 크다. 영국의 이원적 고객분류제도의 도입은 투자상품과 보험상품의 특성이 서로 다르므로 상품의 특성에 따라 소비자가 보호되어야 한다는 원리에 입각한 것으로 판단된다. 즉, 투자상품은 투자자가 투자위험을 책임지는 반면, 보험상품은 미래에 발생할 보험사고 등에 대비한 보험고유의 리스크 전가 등을 주 목적으로 보험급부를 보험회사가 보장한다. 그러므로, 보험상품은 투자상품과 달리 보험고유의 리스크 규모나 거래 경험 유무에 따른 보험소비자 보호가 필요하며, 영국의 차별화된 고객분류제도에 주목할 필요가 있다. 우리나라의 현행 보험업감독규정은 단체보험 및 기업성 손해보험의 소비자의 경우 보험안내자료의 일부 제공을 면제하도록 규정하고 있어 사실상 이들 소비자를 전문소비자로 인정하고 있다. 비상장기업을 포함한 법인은 보험가격 수준에 따라 인수 보험회사를 자주 변경하는 등의 기업의 속성으로 인하여 기존 계약을 갱신하거나 또는 동일한 리스크에 대해 보험가입이 빈번하다. 따라서 비상장기업에 대해서는 전문소비자로서 지위를 인정하는 현행 보험업감독규정의 단체성 및 기업성을 계승하는 것이 바람직하다.

다. 명확한 설명의무의 법적 근거 마련

자본시장통합법은 금융투자상품의 특성을 잘 이해하지 못하는 일반투자자를 보호하기 위하여 적극적인 설명의무를 도입하였다. 즉, 금융투자업자는 일반투자자에게 투자권유를 하는 경우 상품내용, 투자위험, 대통령령이 정하는 사항을 설명해야 하며, 일반투자자가 이해하였음을 서명, 녹취 등의 방법으로 확인받도록 하였다.

보험계약에 대한 설명의무는 상법(보험편)에 근거한다. “보험자는 보험계약을 체결할 때에 보험계약자에게 보험약관을 교부하고 그 약관의 중요한 내용을 알려주어야 한다”. 그러나 상법은 설명의 이행 시기, 이행 방법, 중요사항이 무엇인지에 대해서 명확히 제시하지 못하여 타 법률 등을 통해 추정하거나 사회통념적으로 해석해야하는 불확실성이 있다. 이를 보완하여 보험업법은 보험안내자료를 제공하는 등 설명의무의 이행을 구체화하고 있다. 다만 보험업법은 “피보험자에게 보험계약의 내용을 사실과 다르게 알리거나 그 내용의 중요한 사항을 알리지 아니하는 행위를 금지”하는 등 간접적인 설명의무의 기술 방식으로 인하여 명확한 법률적인 근거를 제시하지 못한 측면이 있다.

따라서, 향후 투자형보험시장의 경쟁심화로부터 보험소비자를 보호하고 설명의무의 명확한 법적 근거를 마련하기 위하여 보험업법에서 설명의무를 직접 명시하는 것이 필요하다. 또한, 법률적 의무와 자율규제사항의 역할을 적절하게 분리하여 설명의무의 대상이 되는 중요사항이 무엇인지, 보험종류별로 중요사항이 무엇인지, 설명의 이행시기 및 이행방법, 확인방법 등을 명확히 하여 법률 해석으로 인한 불확실성을 제거하고 법률 이용자들의 편의성을 높이는 방향으로 개선할 필요가 있다.

아울러 향후 변액보험 및 자산연계형보험 등 투자형보험시장의 경쟁심화 등으로부터 보험소비자를 보호하기 위하여 이들 투자형보험에 대해서는 전통적 보험상품 보다 높은 수준의 설명의무를 부여하여 보험상품의 신뢰 재고를 통한 지속적인 보험시장 창출에 노력할 필요가 있다. 일본의 보험업법은 투자형보험에 해당하는 특정보험계약의 개념을 도입하여 특정보험계약에 대해서는 금융상품거래법에서 적용하는 투자자 구분제도 및 적합성 원칙 등의 일부

영업행위규제를 명시하는 등 보험업법에서 보험소비자 보호의 역할을 강화하였다.

라. 국내 실정에 부합한 적합성 원칙의 도입

적합성 원칙은 불법적 증권 중개행위를 방지하기 위해 선진국에서 유래된 제도로 선진국의 현행 제도와 함께 종전의 변천 과정에 대해서도 깊은 이해가 필요하다. 왜냐하면 선진국과 우리나라의 보험제도 및 규제 수준이 일치하지 않기 때문이다. 그러므로 선진국의 현행 제도를 여과 없이 국내에 적용할 경우 선진국과의 보험시장 성숙도 차이로 인하여 균형 있는 보험소비자 보호가 곤란할 수 있다. 우리나라의 보험산업은 보험상품의 중개 및 독립대리업의 기능이 발달하지 못하고 주로 일사전속의 모집조직에 의한 의존도가 높아 선진국에 비해 보험모집 종사자가 판매할 수 있는 보험상품이 제한되어 있다. 그러므로 금융중개업 및 대리업이 발전한 영국 등 선진국과 동일한 수준의 적합성 원칙을 도입할 경우 판매자의 추가적인 비용 증가와 소비자의 편의성이 저해될 가능성도 있다. 가령 적합성 원칙을 수행하기 위하여 필요한 고객정보의 수집을 의무화 할 경우 판매자의 적극적인 개인정보 수집활동으로 인하여 보험가입의 거부감을 일으킬 가능성도 있다. 영국의 경우 1980년대 중반 보험상품에 적합성 원칙을 처음 도입 당시에는 추상적인 개념을 도입하는 등 자율규제의 개념에서 출발하였으며, 시장 및 규제의 성숙 단계에 따라 확대 및 강화하는 방식으로 변천하였다. 또한, 일본은 영국의 사례를 모델로 적합성 원칙을 도입하였으나 일본의 시장 및 규제 성숙도를 고려하여 영국의 금융서비스시장법 체제 이전의 적합성 원칙을 추구하였다는 점에 시사점이 있다. 현재 일본은 부분적 통합금융법의 추진, 보험모집제도, 판매규제 등의 제반 환경이 1990년대 후반의 영국과 유사한 것으로 평가된다.

따라서 균형 있는 보험소비자 보호제도의 추진을 위해서는 영국 등 선진국의 엄격한 적합성 원칙을 적용하기 보다는 우리나라의 시장 및 규제의 성숙도를 고려하여 투자형상품을 먼저 시행하고 제도의 안정화 추이를 보아가며 단계별로 확대하는 것이 바람직하다.

마. NYC Rule의 역효과 최소화

적합성 원칙은 고객에게 최적의 상품을 추천하기 위한 투자자 보호제도로서 이를 이행하기 위해서는 고객정보의 수집활동을 필요로 한다. 다만, 보험상품에 대한 고객정보 수집활동은 보험가입의 거부감을 불러일으켜 역효과를 낼 수도 있다는 점에 유의할 필요가 있다. 특히 보험산업은 전통적으로 푸시형 영업에 의존도가 큰 산업이므로 판매자가 고객의 개인정보를 무리하게 요구할 경우 보험상품의 구매력이 떨어질 가능성이 높다. 적합성 원칙의 도입에 대한 오랜 경험을 갖고 있는 영국은 이러한 점을 고려하여 고객정보 수집활동을 예외로 하는 몇 가지 유예기준을 두고 있다. 즉, 고객이 특정 개인정보의 제공을 거절할 경우 적합성 원칙을 유예하거나, 고객이 일부 정보를 거절할 경우 수집한 최소 정보를 근거로 상품을 권유할 수 있도록 하였다. 또한, TM 등 비대면 판매채널의 경우 구두 등으로 고객정보를 수집에 대한 설명을 하고, 계약 체결 후 매체나 문서로 확인하는 등 사후적인 관리를 철저히 하고 있다.

바. 대면채널의 부적절한 판매권유 규제 필요

보험상품은 보험급부가 사후에 보상되는 미래지향적 상품으로 판매자의 적극적인 권유에 의해 구매되는 특성이 있다. 자본시장통합법은 보험상품에 대해 불초청 권유 및 재권유 행위 금지규정을 유예하였다. 다만, 판매채널의 경쟁심화에 대비하여 강압적이고 비상식적인 판매행위로부터 보험소비자를 보호하기 위해서는 현행 비대면 판매채널에 대하여 적용되는 ‘고객의 평온한 생활을 침해하는 권유행위 금지’ 규정을 대면채널로 확대하고, ‘평온한 생활’에 대한 용어의 추상성을 제거하여 법률적 명확성을 제시할 필요가 있다. 영국 및 일본은 대면채널에 대해서도 고객이 동의하지 않은 심야 등 일상적인 생활에 지장을 초래하는 시간대의 권유행위를 금지하고 있다.

사. 명확한 보험광고 규제 근거 마련

자본시장통합법은 투자자를 보호하기 위하여 직접적이고 명확한 광고규제를 도입하였다. 반면, 보험광고규제는 간접규제와 자율규제에 의존도가 높아 투자형보험에 대한 허위과장 광고행위를 효과적으로 처벌할 법률적 근거가 부족한 측면이 있다. 영국은 법률에서 직접적으로 규제하고 있으나, 미국과 일본의 경우 주로 허위·과장 광고행위에 대해 부실·허위·기망하는 표시나 불공정거래 행위로 간주하여 처벌하는 간접규제 방식을 채택하고 있다.

자본시장통합법은 허위·과장 등의 일반적인 광고 위반사항뿐만 아니라 투자 광고시 회사 명칭, 상품내용, 투자내용 등을 의무적으로 기재하도록 명시하고 금융위원회에게 광고 매체·크기·시간 등의 기준을 정할 수 있도록 권한을 부여하였다. 향후 보험회사는 이 기준에 따라 원본손실형 변액보험에 대해 광고물 재개편의 추진이 필요할 것으로 전망된다. 일본은 2007년 금융상품거래법이 시행되면서 TV, 신문, 간판 등의 광고물에서 투자상품의 투자리스크 등의 주의사항에 대해 광고물에 글자 크기 등을 기재하는 광고기준의 실무적 해석을 둘러싸고 시장에서 상당한 혼선이 빚어지기도 하였다. 예컨대 옥외 간판에서 주의사항에 대한 글자 크기는 몇 포인트로 할지 또는 라디오 광고 등에서 주의사항을 어떻게 표현하는지 등이다. 향후 일본의 시행착오를 타산지석으로 삼아 자본시장통합법의 규제 대상인 일부 변액보험에 대한 광고기준을 명확히 할 필요가 있다.

2. 결론

세계적으로 금융의 겸업화와 통합화가 진행되면서 금융상품과 금융기관간의 영역이 모호해지고 복합금융상품이 등장함에 따라 금융권역별 규제의 한계를 극복하기 위해 금융관련법의 통합화가 활발히 추진되고 있다. 영국과 일본은 우리나라 보다 한발 앞서 통합금융법을 추진하였거나 진행하고 있다. 이들 주요 국가들의 사례는 부분적이고 점진적인 통합금융법의 추진을 하였다는 점에서 공통점을 찾았다.

본 연구는 보험상품의 판매권유 규제를 국가별로 비교한 결과 다음과 같은 결론에 도달하였다. 한국, 영국, 일본의 통합금융법은 동일한 금융기능을 동일하게 규율하는 원칙을 지향하고 있다는 공통점이 있다. 다만, 일본은 모든 금융소비자를 보호하는 법률인 금융상품판매법(2000)을 제1단계로 제정하고 자본시장 관련 법률을 통합한 금융상품거래법(2006)을 제2단계로 제정하여 금융소비자의 권익 보호를 선행하였다는데 영국의 입법례와 차이가 있다. 또한, 일본은 우리나라의 자본시장통합법과 같은 금융상품거래법을 제정하였지만 은행과 보험에 대해서는 상품의 특성을 고려하여 금융상품거래법에서 적용을 배제하고 개별 법률에서 규제하도록 특례를 두었다. 이러한 점에서 일본의 입법사례는 일부의 변액보험 등의 적용을 포함하는 자본시장통합과 다소 차이가 간다. 일본의 이러한 입법의 배경에는 금융상품거래법이 부분적 통합금융법에 불과하므로 보험소비자의 특성을 반영한 보험업법에서 소비자의 권익을 보호하는 것이 규제 및 감독측면에서 더 효과적이기 때문으로 분석된다.

보험상품은 미래에 발생할 수 있는 리스크에 대한 전가 및 회피를 주목적으로 하며, 보험금부가 사후에 보상되는 미래지향적인 특성을 가진다. 이러한 특성으로 인하여 보험상품은 소비자의 적극적인 구매 행위보다는 푸시형 영업 등 판매자의 적극적인 판매권유 행위에 의해 판매되며, 청약철회, 보험계약의 취소, 임의 해지, 부활, 무효 등의 보험소비자 보호제도가 운영되고 있다. 따라서 보험소비자를 투자자와 동일한 수준으로 보호할 경우 과도한 규제와 이로 인해 수반되는 비용이 보험소비자의 편의성과 구매력을 저하시킬 수도 있다. 그러므로 보험소비자의 권익을 보험법령에서 보호할 수 있도록 국제적 규제 추세를 반영하되 국내 보험시장 및 규제의 성숙도에 부합할 수 있는 보험소비자 보호 정책의 마련이 필요하다.

참고문헌

- 권종호, 「일본 금융상품거래법의 개요」, 『증권선물』, 증권선물거래소, 제19호, 2006.9
- 김광수, 『변액보험에 관한 법적 연구』, 연세대학교 법무대학원, 2004.12
- 김종선, 『변액보험에 관한 연구』, 고려대학교대학원, 2006.12
- 김지완, 「증권투자권유와 적합성의 원칙」, 『상사법연구』, 제21권 제1호, 상사법학회, 2002
- 김선정, 「변액보험과 계약자보호」, 『상사법연구』, 제16권 제2호, 상사법학회, 1997
- _____, 「변액보험계약체결시 부당설명한 보험자의 법적 책임」, 『보험개발연구』, 제35호, 보험개발원, 2002.3
- 김성태, 『보험법강론』, 법문사, 2001
- _____, 「보험가입자보호를 위한 보험법리 운용의 개선방안 소고」, 『보험학회지』, 제47집, 한국보험학회, 1996.12
- 맹수석, 「변액보험제도의 법적 문제에 관한 연구」, 『보험개발연구』, 제39호, 보험개발원, 2003.6
- 성대규, 『한국보험업법』, 동원출판사, 2004.2.
- 안철경·신문식·이상우·조혜원, 『주요국의 방카슈랑스 규제』, 보험개발원, 2003. 7
- 안수현, 「통합금융법(가칭)의 추진과 외국의 사례(I)」, 『증권』, 한국증권업협회(2003).
- 양승규, 『보험법』, 삼지원, 1998
- 오성근, 『일본의 금융상품거래법에 관한 연구』, 한국법제연구원, 2006.10
- _____, 「증권투자권유에 관한 법적규제와 책임」, 한양대학교 대학원, 2002.12

- 오용석, 「자본시장통합법 제정에 따른 금융권역별 영향 및 감독상의 보완방안」, 『조사연구 Review(제18호)』, 금융감독원, 2006.12
- 유지호·최원, 『금융상품의 정의와 규제에 관한 연구(발간예정)』, 보험개발원, 2008. 8
- 오창수·정홍주, 「저금리시대의 생명보험업 발전방안(제2권)」, 『리스크관리연구』, 한국리스크관리학회, 2005.8.
- 이상우, 「선진국의 보험상품에 대한 적합성 원칙의 비교분석과 시사점」, 『계간보험동향』, 2007년 가을호, 보험개발원, 2007.10
- 이석환, 『간접투자기구의 법률관계와 고객보호에 관한 연구(박사학위논문)』, 국민대학교 대학원, 2004.
- 이성남, 「보험약관 교부·설명 의무 고찰」, 『월간생협』, 2006.11
- 이재식, 「보험정보공시제도 운영현황 및 발전방향」, 『보험개발원(제21호)』, 1997.8
- 전우현, 『보험중개사의 법률관계』, 한국학술정보, 2006.5
- 최병규, 「자본시장통합법이 보험업에 미칠 영향」, 『상사법연구』, 한국상사법학회, Vol.25, No.2, 2006
- 한기정, 『영국 통합금융업법상 보험업의 일반성과 특수성』, 보험개발원, 2005. 2
- _____, 「금융투자업법의 제정이 보험업법 개정에도 미칠 영향」, 『보험개발연구』, 제51호, 보험개발원, 2007.6
- 江澤雅彦, 「은행의 보험창구 판매의 전면허용과 폐해 방지 조치」, 월간 생협(2005년 9월호), 2005. 9
- 금융감독위원회, 「보험업감독규정 중 개정규정안 및 보험업감독업무시행세칙 중 개정세칙 승인안」, 2006. 11. 24
- 금융감독원, 「보험검사매뉴얼」, 2008. 3
- _____, 『보험상품 공시제도의 현황 및 문제점(조사연구 Review 제21호)』, 2007.10
- _____, 「보험상품 판매광고 가이드라인」, 2006. 5

- _____, 「보험통신판매 가이드라인」, 2006. 5
- 보험개발원, 『변액보험에 도입방안 연구』, 1994, 4
- _____, 「자본시장 통합법의 특징과 보험산업에 미치는 영향」, 『계간 보험동향』 2006년 봄호, 2006. 4
- _____, 「금융청, 보험상품 권유 및 설명에 대한 감독지침 개정(안) 발표」, 『계간보험동향』 2005년 겨울호, 2006.1
- _____, 『뉴욕주 보험법』, 2006. 7
- _____, 『영국 금융통합법규』, 2005. 3
- 생명보험협회, 『2006 생명보험이란 무엇인가』, 2006
- 재정경제부, 『금융투자법과 자본시장에 관한 법률(보도자료)』, 2006
- _____, 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률안(차관회의 설명자료)」, 2006. 12. 28.
- _____, 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률안 설명자료」, 2006. 12. 28
- _____, 「금융투자업과 자본시장에 관한 법률(가칭) 제정방안」, 2006.2.
- _____, 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제정안 설명자료」, 2006. 6
- 증권연구원, 『금융투자업과 자본시장에 관한 법률(가칭) 주요 이슈 분석과 평가』, 2006. 5
- 한국금융연구원, 「자본시장통합법(안)의 가능성과 한계」, 『주간 금융브리프』, 2006.6.
- _____, 「자본시장통합법의 문제점」, 『주간 금융브리프』, 2006.5.
- _____, 『자본시장관련법 통합에 따른 금융법 통합의 기본방향과 주요 과제』, 2006.5.
- 金本悠希, 『投資性の強い保険等に関する政府令案の公表』, 大和証券総合研究所, 2007.6
- _____, 『金融商品取引法法制における預金・保険の取扱い』, 大和証券総合研究所, 2006.8

黒沼悦郎, 「日本の金融商品取引法の概要と示唆」, 한국증권법학회, 2006.

5.

上田和勇, 「保険の情報開示」, 同文館, 2000.4

木下孝治, 「保険募集における重要事項説明ルールのかえ方について」,
『生命保険論集』, 生命保険文化研究所, 2005. 9

_____, 「損害保険基準協議會(GISC)による英國損害保険募集の規制・研究序説」, 『損害保険研究』, 損害保険総合研究所, 2001. 5

小林秀之, 『金融サービス法と貸借責任』, 2000

保険商品の販賣勧誘のあり方に関する検討チーム, 『中間論点整理-保険商品の販賣・勧誘時における情報提供のあり方』, 金融廳, 2005.7

_____, 『中間論点整理-適合性原則を踏まえた保険商品の販賣勧誘のあり方』, 金融廳, 2006.3

_____, 『最終報告-ニーズに合致した商品選擇のあり方』, 金融廳, 2006.6
金融廳, 『證券去來法等の一部を改正うる法律等について』, 2006.6

土浪 修, 「米國における生命保険・年金販賣と適合性原則」, 『ニッセイ基礎研REPORT』, ニッセイ基礎研究所, 2005.7

潮見桂男, 『消費者契約法・金融商品販賣法と金融取引』, 經濟法令研究會, 2001

青山麻理, 「英國の保険販賣規制に関する最近の動向について」, 『ニッセイ基礎研REPORT』, ニッセイ基礎研究所, 2007.4

_____, 「英國における保険販賣と適合性原則」, 『ニッセイ基礎研REPORT』, ニッセイ基礎研究所, 2005.11

金本悠希, 『金融商品取引法制における預金・保険の取扱い制度調査』, 大和總研, 2006. 8

神崎克郎, 『平成10年改正商品取引法條解説』, 商事法研究會, 2000

潮見桂男, 『消費者契約法・金融商品販賣法と金融取引』, 經濟法令研究會, 2001

深澤泰弘, 「英國におけるパッケージ商品の販賣・勧誘に関する新規制」, 『保険學雜誌』, 日本保険學會, 2005. 9

_____, 「保険商品の販賣・勧誘における適合性原則に関する考察」, 『生

- 命保険論集』, 生命保険文化研究所, 2007. 6
- 高崎康雄, 「英國金融サービス市場法下の募集規制」, 『生命保険經營』, 生命保険經營學會, 2002. 7
- _____, 「英國金融サービス市場法下での保険募集規制改革の取り組み」, 『生命保険經營』, 生命保険經營學會, 2007. 3
- 田中淳三, 「変額保険について」, 『保険學雜誌』, 日本保險學會, 第518号, 1987.3
- 清水像彦, 「投資勧誘と不法行爲」, 『判例タイム』, 第853号, 1994
- 明治安田生命保險, 『募集代理店の法令遵守マニュアル』, 2006. 3
- 損害保險總合研究所, 『諸外國における保險募集規制を中心とした保險監督行政・規制について』, 2004. 3
- _____, 『諸外國における保險募集規制について』, 2006. 9
- 保險毎日新聞, 「日本變額年金保險の現況と展望」, 2004.4.19
- A.J. Wedgwood, G.A. Pell and other, *A Guide to the Financial Service Act*, 1986, Peat Marwick
- FSA, CP187 "Insurance selling and administration & other miscellaneous amendments" June 2003
- _____, *Conduct of Business Source Book*, 2005.12
- _____, *Insurance Conduct of Business Source Book*, 2005.12
- NAIC, "NAIC's Compendium of State Laws on Insurance Topics: Life/Health/Property", 2006.8
- National Association of Insurance Commissioners
- <http://www.ins.state.ny.us/nyins.htm>
- <http://www.naic.org>
- <http://www.fsa.go.jp>
- <http://fsahandbook.info/FSA/html/handbook/COB>
- <http://fsahandbook.info/FSA/html/handbook/ICOB>

보험연구원(KIRI) 발간물 안내

■ 연구보고서

- 96-1 손해보험 가격자유화 이후의 보험시장 전망과 대응방안 / 최용석, 1996.4
- 96-2 보험회사 종합금융기관화 전략 / 오영수, 1997.2
- 96-3 자동차사고 피해자의 사회적 보호제도에 관한 연구 : 자동차보험 무보험 운전자 문제를 중심으로 / 서영길, 박중영, 1997.3
- 96-4 자동차보험 요율체계의 적정성 분석에 관한 연구 / 서영길, 박중영, 장동식, 1997.3
- 96-5 보험회계제도에 관한 연구 / 김규승, 양성문, 장강봉, 1997.3
- 96-6 분리계정제도의 도입타당성과 세부도입방안 / 이근영, 박태준, 장강봉, 1997.3
- 96-7 사회환경변화와 민영보험의 역할 (I) : 총론 / 오영수, 이경희, 김란, 1997.3
- 96-8 생명보험 가격자유화 방안 : 예정이율 및 계약자배당을 중심으로 / 정봉은, 노병윤, 목진영, 1997.3
- 96-9 생명보험 모집조직의 효율화 방안 / 김규승, 박홍민, 장재일, 1997.3.
- 97-1 보증보험의 발전방안 연구 / 이희춘, 신동호, 이기형, 이준섭, 1997.5.
- 97-2 남북 경험 증대 및 통일에 대비한 보험산업 대응방안 연구 : 독일 모델을 중심으로 / 신동호, 안철경, 조혜원, 1997.11
- 98-1 보험산업의 M&A에 관한 연구 : 주요국의 M&A 추세 및 유인을 중심으로 / 김호경, 박태준, 1998.1
- 98-2 생명보험회사의 적정성장에 관한 연구 / 이원돈, 이승철, 장재일, 1998.2
- 98-3 생명보험 예정사업비의 합리적 결정에 관한 연구 / 이원돈, 노병윤, 장강봉, 1998.2
- 98-4 사회환경변화와 민영보험의 역할(Ⅱ) : 연금개혁과 보험회사의 역할 / 오영수, 이경희, 1998.3
- 98-5 주요국의 새로운 보험판매채널 활용사례분석 및 국내사의 운용전략 / 정재욱, 정영철, 한성진, 1998.3
- 98-6 보험기업 경영진단시스템 : 생명보험회사를 중심으로 / 김호경, 김혜성, 1998.3

- 98-7 퇴직연금 처리 및 재정 / 성주호, 김진억, 1998.6
- 98-8 생명보험 예정이율의 안전성 분석 및 운용방안 / 이원돈, 이승철, 장강봉, 1998.10
- 99-1 사회환경변화와 민영보험의 역할(Ⅲ) : 의료보험개혁과 보험회사의 역할 / 오영수, 이경희, 1999.2
- 99-2 자동차보험 자기부담금제도에 관한 연구 / 이득주, 서영길, 장동식, 1999.3
- 99-3 국민연금 민영화방안에 관한 연구 : 국민연금의 효율성 제고를 위한 접근방안 / 성주호, 김진억, 1999.3
- 99-4 손해보험 상품개발시스템 및 전략에 대한 연구 / 신동호, 이희춘, 차일권, 조혜원, 1999.3
- 99-5 생존분석기법(Survival Analysis)을 이용한 생명보험 실효·해약 분석 / 강중철, 장강봉, 1999.3
- 99-6 보험사기 성향 및 규모추정 : 손해보험을 중심으로 / 박일용, 안철경, 1999.7
- 99-7 사업비차배당제도의 도입 및 대응방안 / 노병윤, 장강봉, 1999.12
- 99-8 보험사기 적발 및 방지방안 / 안철경, 박일용, 1999.12
- 2000-1 손해보험의 부가보험요율 산출 및 운영방안 연구 / 이희춘, 조혜원, 2000.3
- 2000-2 ART를 활용한 손보사의 위험관리 방안 연구 / 신동호, 2000.3
- 2000-3 생명보험회사 투자포트폴리오 결정요인과 투자행동 / 목진영, 2000.3
- 2000-4 생명보험상품의 손익기여도 분석 / 노병윤, 장강봉, 2000.3
- 2000-5 보험산업의 전자상거래 구축 및 효율적 운영방안 / 안철경, 박일용, 오승철, 2000.3
- 2000-6 금융검업화에 대비한 보험회사의 경영전략 / 김현수, 2000.6
- 2000-7 보험회사 지식자산의 가치측정모형 연구 / 이도수, 김해식, 2000.8
- 2000-8 환경변화에 대응한 생보사의 상품개발전략 / 류건식, 이경희, 2000.9

- 2003-1 민영건강보험의 언더라이팅 선진화 방안 / 오영수, 이경희, 2003. 3
- 2003-2 보험회사의 실버산업 진출방안 / 박홍민, 권순일, 이한덕, 2003. 3
- 2003-3 보험회사 사이버마케팅의 활용전망 / 신문식, 장동식, 2003. 3
- 2003-4 생명보험사 RAS체제에 관한 연구 / 류건식, 김해식, 정석영, 2003. 7
- 2003-5 보험소비자를 위한 보험교육방안 / 이기형, 조재현, 2003. 11
- 2003-6 보험설계사 조직의 개편방안 / 신문식, 이경희, 이정환, 2003. 12
- 2004-1 부유층 시장에 대한 보험회사의 자산관리사업 운영방안 / 신문식, 이경희, 2004. 3
- 2004-2 퇴직연금 규제감독체계에 관한 연구 / 류건식, 이태열 2004.7
- 2004-3 보험회사의 퇴직연금 리스크 관리전략 / 류건식, 김세환 2004.7
- 2004-4 퇴직연금 활성화를 위한 세제체계 연구 / 임병인, 김세환 2004.9
- 2004-5 신용리스크 전가시장과 보험회사 참여에 대한 연구 / 주민정, 조재현 2004.10
- 2004-6 보험회사의 퇴직연금 마케팅 전략 / 류건식, 신문식, 정석영 2004.12
- 2004-7 예금보험제도의 개선방안 / 이순재 2005.1
- 2005-1 보험산업의 비전과 대응전략 / 신문식, 임병인, 조재현 2005.
- 2005-2 전환기의 손해보험회사 발전방안 / 정중영 2005.
- 2005-3 손해보험사 RBC제도에 관한 연구 / 이기형, 나우승, 김해식 2005.5
- 2005-4 저금리 추이에 따른 이차역마진 현상과 대응방안 / 김석영, 나우승 2005.9
- 2005-5 예금보험제도의 국제적 정합성 평가와 개선방안 / 류건식, 김해식 2005.10
- 2005-6 모집조직 다변화에 따른 보험모집제도 개선방안 / 신문식, 조재현, 박정희 2005.11

■ 연구조사자료

- 96-1 주요국의 보험브로커제도 및 관련법규 현황 / 김기홍, 김평원, 정봉은, 유지호, 1996.2
- 96-2 독일 보험감독법, 1996.2
- 96-3 주요국의 생산물 배상책임보험제도 운영현황 / 이기형, 김란, 조혜원, 1996.10
- 96-4 캡티브 보험사 설립에 관한 연구 / 김평원, 오평석, 안철경, 조혜원, 1996.12
- 96-5 미국 보험회사의 파산과 지불능력규제 / 이재복, 1997.3
- 97-1 국제보험세미나 (IIS) 발표 논문집 (제 33차), 1997.7
- 97-2 태평양보험회의 (PIC) 발표 논문집 (제 18차), 1997.9
- 98-1 전문직 위험과 배상책임보험 (I) / 김영옥, 차일권, 1998.2
- 98-2 손해보험 가격평가방법에 관한 연구 / 서영길, 박중영, 장동식, 1998.3
- 98-3 자동차보험 의료비통계를 이용한 자동차사고 상해에 관한 분석 / 자동차보험본부, 1998.3
- 98-4 보험회사의 적대적 M&A와 대응수단에 관한 연구 / 김호경, 박상호, 장재일, 1998.8
- 98-5 MAI협상의 진전과 국내보험산업에의 시사점 / 정영철, 한성진, 1998.8
- 98-6 보험회사의 리스크 증대와 대응 / 이기형, 박중영, 장기중, 1998.10
- 98-7 전문직 위험과 배상책임보험(Ⅱ) : 의료사고위험을 중심으로 / 신동호, 차일권, 1998.11
- 99-1 전문직 위험과 배상책임보험(Ⅲ) : 임원배상책임보험 / 엄창희, 1999.1
- 99-2 최근 우리나라 보험산업의 현황 및 제도 변화 / 김호경, 박상호, 1999.3
- 99-3 자동차보험 의료비통계를 이용한 자동차사고 상해에 관한 분석 / 자동차보험본부, 1999.3
- 99-4 미국의 퇴직연금 회계제도 연구 / 김해식, 1999.6
- 99-5 우리나라 보험산업의 구조조정 : 외국사례 및 생명보험산업을 중심으로 / 정봉은, 이승철, 1999.7

- 99-6 주요국의 보험법제 비교 / 이원돈, 정봉은, 신동호, 안철경, 1999.7
- 99-7 지진재해와 지진보험 : 일본의 지진보험을 중심으로 / 이상우, 1999.7
- 99-8 주요국의 보험계리인제도 / 최용석, 노병운, 1999.8
- 99-9 생명보험 계약심사제도 / 장강봉, 1999.11
- 99-10 자동차보험 의료비통계를 이용한 자동차사고 상해에 관한 분석 / 자동차보험본부, 2000.2
- 2000-1 세계 재보험시장의 발전과 규제환경 / 엄창희, 2000.3
- 2000-2 보험사의 지식경영 도입방안 / 김해식, 2000.3
- 2001-1 보험회사 겸업화 추세와 국내 보험회사의 대응전략 / 이경희, 2001.1
- 2001-2 자동차보험 의료비통계를 이용한 자동차사고 상해에 관한 분석 / 보험2본부, 2001.1
- 2001-3 지방채보험 제도 도입방안 / 안철경, 엄창희, 2001.3
- 2001-4 금융·보험 니드에 관한 소비자 설문 조사 / 동향분석팀, 2001.3
- 2001-5 종업원복지 재구축을 위한 보험회사의 역할 / 오영수, 박홍민, 이한덕, 2001.6
- 2001-6 보험환경 변화와 보험제도 변화(I) / 보험1본부, 2001.11
- 2001-7 보험환경 변화와 보험제도 변화(II) / 보험연구소, 2001.11
- 2002-1 보험니드에 관한 소비자 설문조사 / 보험연구소, 2002.3
- 2002-2 국내 유사보험 감독 및 사업현황/ 김진선, 안철경, 권순일, 2002.9
- 2003-1 2003년 보험소비자 설문조사 / 동향분석팀 , 2003.3
- 2003-2 보험회사의 경영리스크 관리방안/천일영, 주민정, 신동현, 2003.3
- 2004-1 2004년도 보험소비자 설문조사 / 동향분석팀 2004.3
- 2004-2 보험회계의 국가별 비교 / 김해식 2004.
- 2005-1 금리 시나리오 생명모델 연구 / 김석영 2005.3

2005-2	2005년도 보험소비자 설문조사 / 신문식, 김세환, 조재현	2005.3
2006-1	2006년도 보험소비자 설문조사 / 김세환, 조재현, 박정희	2006.3
2006-2	주요국 방카슈랑스의 운용사례 및 시사점 / 류건식, 김석영, 이상우, 박정희, 김동겸	2006.7
2007-1	보험회사 경영성과 분석모형에 관한 비교연구 / 류건식·장이규·이경화·김동겸	2007.2

■ 정책연구자료

- 97-1 금리변동에 따른 보험회사의 금리리스크 분석 / 이원돈, 노병윤, 장강봉, 1997.10
- 97-2 '98년도 보험산업 전망과 과제, 1997.11
- 98-1 '99년도 보험산업 전망과 과제, 1998.11
- 99-1 2000년도 보험산업 전망과 과제, 1999.11
- 99-2 예금보험제도 개선방안에 관한 연구 : 보험산업 중심으로 / 이승철, 1999.12
- 2000-1 2001년도 보험산업 전망과 과제, 2000.10
- 2001-1 신용보험의 활성화 방안 연구 / 신동호, 김경환, 2001.1
- 2001-2 2002년도 보험산업 전망과 과제, 2001.11
- 2001-3 세계금융서비스 산업의 겸업화와 감독기구의 통합 및 시사점 / 정세창, 권순일, 2001.12
- 2002-1 2003년도 보험산업 전망과 과제, 2002.11
- 2003-1 주요국의 방카슈랑스 규제 / 안철경, 신문식, 이상우, 조혜원, 2003.7
- 2003-2 2004년도 보험산업 전망과 과제, 2003.12
- 2004-1 2005년도 보험산업 전망과 과제/동향분석팀, 2004.11
- 2005-1 영국 통합금융업법상 보험업의 일반성과 특수성 /한기정, 2005.2
- 2005-2 2006년도 보험산업 전망과 과제/동향분석팀 2005.12
- 2006-1 2007년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석팀 2006.12
- 2006-2 의료리스크 관리의 선진화를 위한 의료배상보험에 대한 연구 / 차일권, 오승철, 2006.12
- 2007-1 퇴직연금 수탁자리스크 감독방안 / 류건식, 이경희, 2007.1

■ 연구논문집

- 1호 보험산업의 규제와 감독제도의 미래 / Harold D. Skipper, Robert W. Klein, Martin F. Grace, 1997.6
- 2호 세계보험시장의 변화와 대응방안 / D. Farny, 전천관, J. E. Johnson, 조해균, 1998.3
- 3호 제1회 전국대학생 보험현상논문집, 1998.11
- 4호 제2회 전국대학생 보험현상논문집, 1999.12

■ 영문발간물

- Environment Changes in the Korean Insurance Industry in Recent Years :
- 1호 Institutional Improvement, Deregulation and Liberalization / Hokyung Kim, Sango Park, 1995.5
 - 2호 Korean Insurance Industry 2000 / Insurance Research Center, 2001.4
 - 3호 Korean Insurance Industry 2001 / Insurance Research Center, 2002.2
 - 4호 Korean Insurance Industry 2002 / Insurance Research Center, 2003.2
 - 5호 Korean Insurance Industry 2003 / Insurance Research Center, 2004.2
 - 6호 Korean Insurance Industry 2004 / Insurance Research Center, 2005.2
 - 7호 Korean Insurance Industry 2005 / Insurance Research Center, 2005.8
 - 8호 Korean Insurance Industry 2006 / Insurance Research Center, 2006.10

■ Insurance Business Report

- 1호 일산생명 파산과 시사점 / 이기형, 1997.5
- 2호 OECD 회원국의 기업연금제도 / 정재욱, 정영철, 1997.10
- 3호 손해보험의 금융재보험 동향 / 이기형, 김평원, 1997.11
- 4호 금융위기에 대한 대책과 보험산업 / 김호경, 1997.12
- 5호 멕시코 보험산업의 IMF 대응사례와 시사점 / 정재욱, 1998.3
- 6호 주요국 기업연금보험 개요 및 세제 / 양성문, 1998.3
- 7호 일본의 보험개혁과 보험회사의 대응 / 이기형, 장기중, 1998.5
- 8호 구조조정에 따른 보험산업의 대응전략 : 상품, 마케팅, 자산운용, 재무 건정성을 중심으로 / 노병윤, 안철경, 이승철, 1999.2
- 9호 보험산업에서의 정보기술(IT)의 활용 : 손해보험 중심으로 / 최용석, 1999.3
- 10호 자동차보험 가격자유화의 영향과 대책 / 박중영, 1999.3
- 11호 IMF체제 이후 보험산업의 환경변화와 전망 / 양성문, 김해식, 1999.3
- 12호 최근의 환경변화와 생명보험회사의 대응 / 강중철, 목진영, 1999.10
- 13호 21세기 보험산업 환경변화와 보험회사의 전략적 대응방안 / 오영수, 최용석, 이승철, 1999.12
- 14호 중국의 WTO 가입과 보험시장 개방 / 정희남, 2002.4
- 15호 주 5일 근무제 도입에 따른 보험산업의 영향과 대응 / 동향분석팀, 2002. 9
- 16호 2010년 보험산업 트렌드 분석 및 시사점 / 조혜원, 2003.5
- 17호 유럽보험회사 파산사례의 리스크 분석 및 감독방안 / 신동현, 2003.5
- 18호 미국 배상책임보험의 최근 현황과 시사점 / 이기형, 조재현, 2003.8
- 19호 공정가치회계가 보험사 경영에 미치는 영향 -보험사 CEO 대상 설문조사 결과 / 이기형, 김해식 2004.10

- | | |
|-----|---|
| 20호 | 선진 보험사 재무공시 특징 및 트렌드(유럽 및 캐나다를 중심으로) / 장이규
2006.11 |
| 21호 | 지급여력 평가모형 트렌드 및 국제비교 / 류건식, 장이규 2006.11 |
| 22호 | 선진보험그룹 글로벌화 추세와 시사점 / 안철경, 오승철 2006.12 |

■ CEO Report

- 2000-1 일본 제일화재의 파산에 따른 국내 손보산업에의 시사점 / 양성문, 김혜성, 2000. 5
- 2000-2 일본 제백생명의 파산에 따른 국내 생보산업에의 시사점 / 보험연구소, 2000. 6
- 2000-3 최근 금융시장 불안과 보험회사 자산운용 개선방안/김재현, 2000. 10
- 2000-4 보험회사의 보험사기 적발 및 방지활동과 기대효과 / 안철경, 2000. 11
- 2001-1 부동산권리보험 도입현황과 시사점 / 신문식, 권순일, 2001. 8
- 2001-2 자동차보험 가격경쟁 동향과 향후과제 / 서영길, 기승도, 2001. 8
- 2001-3 일반 손해보험 가격자유화 추진 경과와 향후 과제 / 이희춘, 문성연, 2001. 10
- 2002-1 금융재보험의 도입과 향후과제 / 보험연구소, 2002. 4
- 2002-2 PL법 시행에 따른 PL보험 시장전망과 선진사례 시사점 / 손해보험본부, 2002. 6
- 2002-3 종신보험상품의 예상 리스크 및 시사점 / 생명보험본부, 2002. 6
- 2002-4 주 5일 근무제와 자동차보험 / 자동차보험본부, 2002. 9
- 2002-5 CI(Critical Illness)보험의 개발과 향후 운영방안 / 생명보험본부, 2002. 10
- 2002-6 자동차보험시장 동향 및 전망 / 자동차보험본부, 2002. 10
- 2003-1 장기손해보험 상품운용전략 / 장기손해보험팀, 2003. 2
- 2003-2 2003년 보험소비자 설문조사 / 동향분석팀, 2003. 3
- 2003-3 인구의 노령화와 민영보험의 대응 / 오영수, 2003. 6
- 2003-4 국가재해관리시스템 개편에 따른 보험제도 운영방향 / 손해보험본부, 2003. 7
- 2003-5 생명보험산업에서의 경험통계 활용방안 / 생명보험본부, 2003. 7
- 2003-6 OECD의 기업연금 재정안정화 논의와 시사점 / 동향분석팀, 2003. 8
- 2003-7 퇴직연금시장 전망과 보험회사의 대응과제 / 류건식, 남효성, 박홍민, 2003. 12
- 2004-1 자동차보험 예정기초율 연구 및 전략적 시사점 /자동차보험본부, 2004. 2

- 2004-2 보험회사의 방카슈랑스 제휴 성공전략 / 연구조정실, 2004. 2
- 2004-3 보험부채의 공정가치 평가와 향후과제 / 생명보험본부, 2004. 2
- 2004-4 자동차보험 손해를 악화원인 분석 및 전략적 시사점 / 자동차보험본부, 2004. 2
- 2004-5 생명보험가입자의 사망원인 분석 및 시사점 / 생명보험본부, 2004. 3
- 2004-6 역모기지 (Reverse Mortgage) 시장전망 및 대응방안 /생명보험본부, 2004. 3
- 2004-7 자동차 보험 관련 법령 개정 동향 및 시사점 /자동차보험본부, 2004. 4
- 2004-8 EU 지급여력제도 개선추세 및 시사점 / 생명보험본부, 2004. 6
- 2004-9 퇴직연금시대 도래와 보험회사의 진입전략 / 보험연구소,2004. 7
- 2004-10 자동차보험 관련 법령 개정 동향 및 시사점 / 자동차보험본부 2004. 4
- 2004-11 손보사의 자연재해보험시장의 참여전략 /손해보험본부, 2004. 9
- 2004-12 국제보험회계기준에 대한 해외보험사 CEO들의 인식과 시사점 / 보험연구
소 2004. 10
- 2004-13 자동차보험시장 동향 및 전망 /자동차보험본부, 2004. 11
- 2004-14 적재물배상책임보험 도입과 향후과제 /손해보험본부, 2004. 12
- 2005-1 생명보험 계약자 속성분석 및 시사점 / 생명보험본부, 2005. 3
- 2005-2 민영건강보험의 리스크관리 방안 / 보험연구소, 2005. 4
- 2005-3 차명모델별 자동차보험료 차등화 도입방안 / 자동차보험본부, 2005. 3
- 2005-4 FY2005 수입보험료 전망 / 보험연구소, 2005. 6
- 2005-5 최근 환경변화에 대응한 합리적인 차량수리비 관리방안 / 자동차기술연구
소, 2005. 7
- 2005-6 자연재해 리스크 관리와 CAT 모델 / 손해보험본부, 2005. 7
- 2005-7 교통사고 발생추이 및 감소방안 / 자동차보험본부, 2005. 7

정기간행물

☒ 월간	_____
☐ 보험통계월보	
☒ 계간	_____
☐ 보험동향	
☐ 보험개발연구	
☒ 연간	_____
☐ 보험통계연감	

도서회원 가입안내

회원 및 제공자료

구분 내용	법인회원	특별회원	개인회원	연속간행물 구독회원
연회비	₩ 300,000원	₩ 150,000원	₩ 150,000원	간행물별로 다름
제공자료	- 연구보고서 - 정책/경영보고서 - 조사보고서 - 기타보고서	- 연구보고서 - 정책/경영보고서 - 조사보고서 - 기타보고서	- 연구보고서 - 정책/경영보고서 - 조사보고서 - 기타보고서	- 보험개발연구 (년3회₩ 30,000) - 보험통계월보 (월간 ₩ 50,000)
	-연속간행물 · 보험개발연구 · 보험동향(계간)	-연속간행물 · 보험개발연구 · 보험동향(계간)	-연속간행물 · 보험개발연구 · 보험동향(계간)	-보험동향 (계간 ₩ 20,000)
	-본원 주최 각종 세미나 및 공청회 자료 -보험통계월보 -손해보험통계연보 -영문발간자료	-보험통계월보 -손해보험통계연보 -영문발간자료	-	

※ 특별회원 가입대상 : 도서관 및 독서진흥법에 의하여 설립된 공공도서관 및 대학도서관

가입문의

보험연구원 도서회원 담당
전화 : (02)368-4414, 4415 팩스 : (02)368-4099

회비납입방법

- 무통장입금 : 국민은행 (400401-01-125198)
- 예금주 : 보험연구원
- 지로번호 : 6360647

가입절차

보험연구원 홈페이지(www.kiri.or.kr)에 접속 후 도서회원가입신청서를 작성·등록 후 회비입금을 하시면 확인 후 1년간 회원자격이 주어집니다.

자료구입처

서울 : 서울 : 보험연구원 보험자료실, 교보문고, 영풍문고, 만디앤루니스

저자약력

이 상 우

일본 中央大學 상학석사

현 보험연구원 선임연구원

(E-mail : swlee@kiri.or.kr)

연구조사자료 2008-4

주요국의 보험상품 판매권유 규제

-투자형보험과 비투자형보험 비교를 중심으로-

발 행 일 2008년 3월 일

발 행 인 나 동 민

발 행 처 보 험 연 구 원

서울특별시 영등포구 여의도동 35-4

대표전화 (02) 368-4400

ISBN 978-89-5710-065-3

정가 10,000원