

판매채널의 건전한 발전을 위한 제도 개선 연구

2014. 11. 20.

김헌수·정세창·김은경



Contents

I	연구의 배경과 목적	3
II	주요국 시장 현황	10
III	부당승환계약 방지 방안	16
IV	판매자 책임 강화 방안	29
V	판매자 전문성 강화 방안	44
VI	장기 발전 방향	55

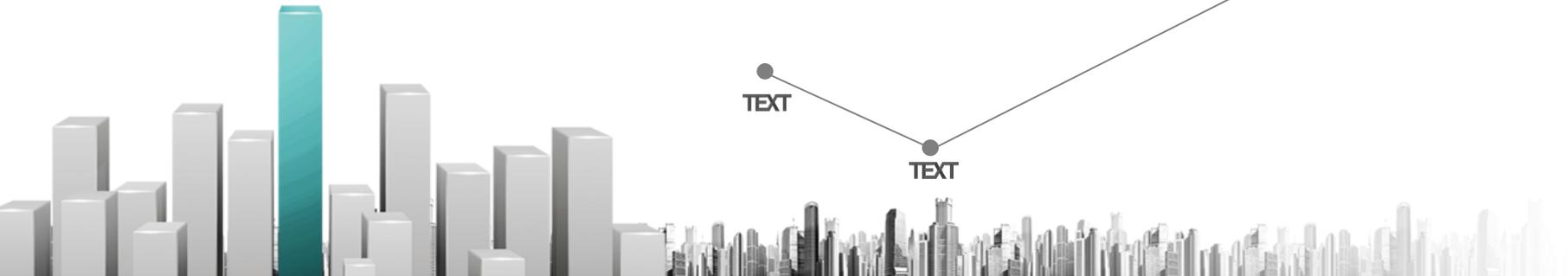


연구배경과 목적

TEXT

TEXT

TEXT



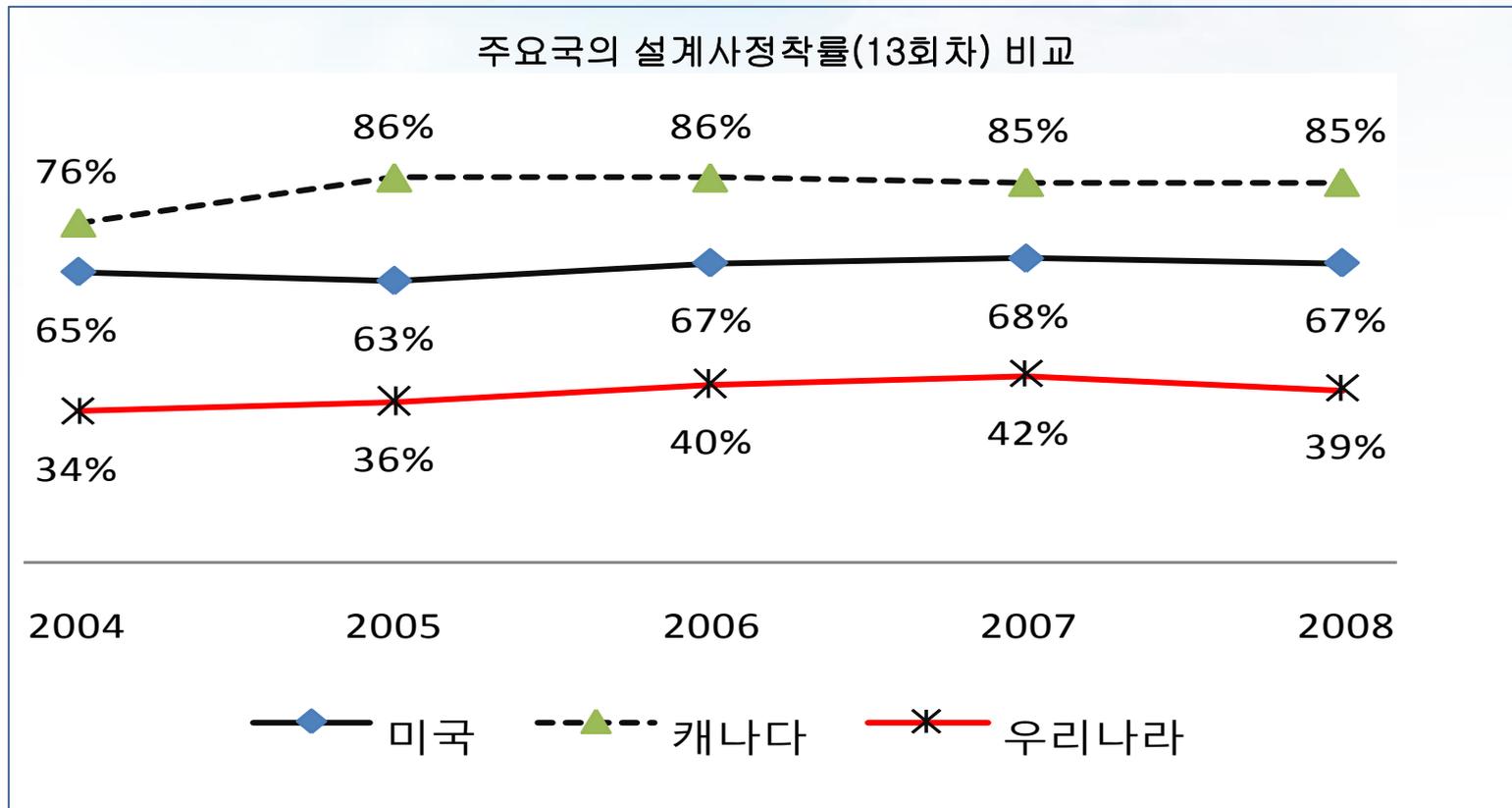
I. 연구 배경과 목적

1) 보험산업의 질적 평가와 소비자보호

- 보험산업은 지난 50여년간 양적 성장(보험침투도 11.9%, 세계5위)을 이루었지만 질적 성장에는 미치지 못한다는 비판을 받고 있음.
 - ❖ 생명보험 25회차 유지율은 60%를 조금 상회하며, 가입후 2년 이내에 40%가 해약하는 실정임.
 - ❖ 생보 대형 3사의 13회차 유지율은 평균 79%로 일본 생보 대형 4개사의 유지율 95%에 비해서 현저히 낮은 편임.
 - ❖ 설계사의 수는 38만명 이지만 설계사의 1년 정착률은 40% 이하로 캐나다의 85%와 미국의 65%에 비교하여 현저히 낮은 상태임.
-
- 금감원 접수 민원 중 ‘보험모집’ 민원은 2003년 1,824건에서 2013년 28,056건으로, 연증가율은 31%로 평균성장률보다 높은 상태임.
 - ❖ ‘보험금 관련’ 민원은 03년 5,879건에서 2013년 19,703건으로 연증가율은 13%로 보험산업의 성장률과 비슷함.
 - ❖ 보험모집 민원의 지속적인 증가는 산업과 감독당국의 노력으로 개선되고 있는 소비자의 보험산업 신뢰에 장애가 될 수 있음.

I. 연구 배경과 목적

1) 보험산업의 질적 평가와 소비자보호 (계속)

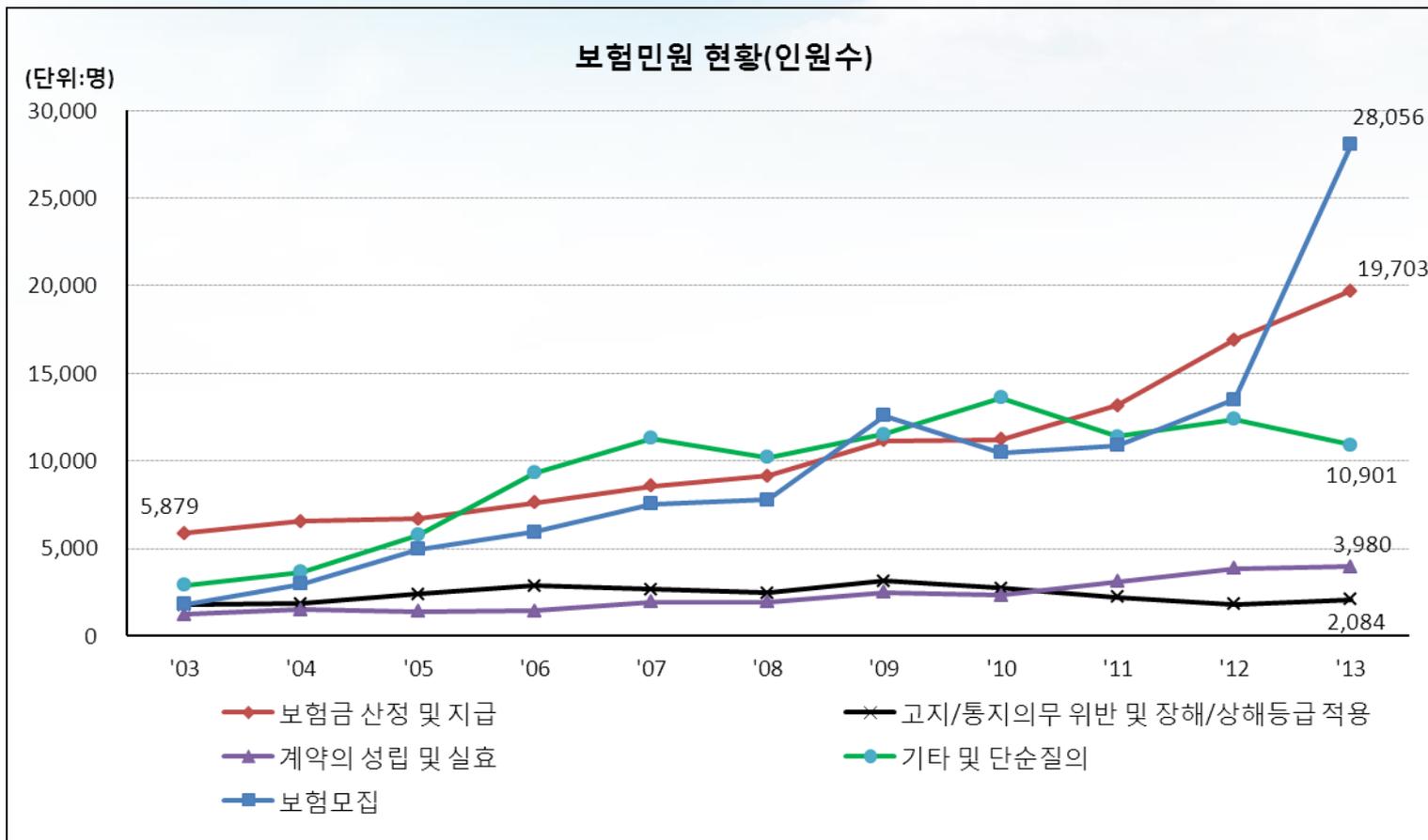


주: 전속채널(affiliated channel) 기준임.

자료: 안철경·이경희(2011), p.25.

I. 연구 배경과 목적

1) 보험산업의 질적 평가와 소비자보호 (계속)



* 자료: 금융감독원 통계 정리

I. 연구 배경과 목적

2) 국내의 판매채널 변화와 대응

- 1990년대말부터 시작된 보험산업의 구조조정으로 전속채널이 주도하던 보험시장은 제조기능과 판매기능이 분화되면서 비전속채널의 역할이 증대되었음.
 - ❖ 방카슈랑스, GA 및 홈쇼핑과 같은 비대면채널이 새로운 대안 채널로서 자리매김하였음.
- GA 채널은 보험사 입장에서 채널 유지 비용이 적게 든다는 장점, 설계사 입장에서 높은 수수료를 받는다는 장점뿐만 아니라 계약자 입장에서 상품을 비교·구입할 수 있는 장점이 있어 그 규모가 급격히 성장하고 있음.
 - ❖ GA채널은 2007년 이후 연평균 23%로 성장하여 2012년말 채널별 시장점유율은 손보 43.2%, 생보 6.4%를 차지하고 GA소속 설계사 수도 15만명으로 전체 설계사 수의 40%에 육박함.
- 보험 판매시장에서 제판분리가 이미 진행되고 있고 펀드시장을 중심으로 한국판IFA제도가 금년부터 도입될 예정이지만 보험권은 여전히 제판일체(전속채널구조) 시대의 패러다임을 유지하고 있음.
 - ❖ 보험권에서도 소비자중심의 근본적인 판매채널 제도 변화가 필요한 시점임.

I. 연구 배경과 목적

연구 목적

- ✓ 국내 판매채널의 현황과 문제점 분석
- ✓ 주요국 판매채널 현황 및 주요 법제 분석
- ✓ 판매채널 관련 주요 제도 개선 방안 제시

I. 연구 배경과 목적

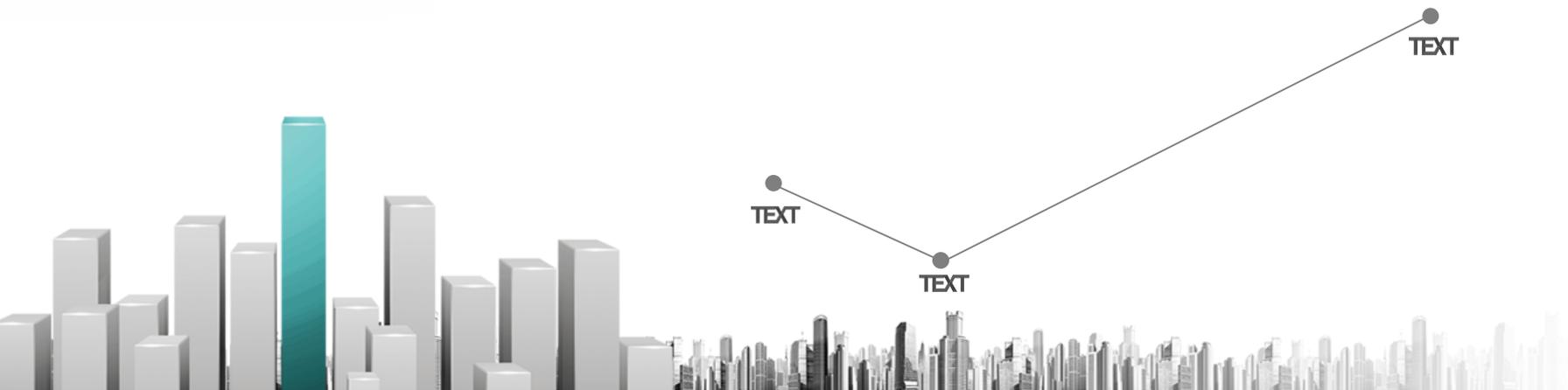
연구 범위

많은 판매채널 제도 중 기존 연구 및 조사가 적었던 세 가지 주제에 한정해서 연구

- 부당승환 방지 개선 방안
- 판매자 책임 강화 방안
- 판매자 전문성 강화 방안



주요국 시장 현황



II. 주요국 시장 현황 - 1. 독일

보험산업 개요 및 주요 특징

- ❖ 보험료 2,320억 달러, 생명보험 47.7%, 손해보험 28.8%, 상해보험 23.5% (Axco, 2014)
- ❖ 유럽의 여타국가에 비하여 상해보험시장의 규모가 비교적 큼.
- ❖ 국민 1인당 연간 보험료 지출이 2,640달러이며, 이중 절반이 생명보험 내지 노령연금임.
- ❖ 2012년 11월 Code of Conduct를 통하여 보험사와 판매채널에 보험판매와 관련한 기준을 제시하고 있음.

생명보험 판매채널 현황

구분	2011	2010	2009	2008
Tied agents	30.4	27.7	29.6	27.9
Brokers and independents	26.9	25.8	27.3	28.0
Direct sales	4.4	4.3	3.7	4.4
Banks	27.7	32.1	28.7	26.8
Tied-pyramid structures	6.2	6.2	6.6	8.6

자료: Towers Watson

손해보험 판매채널 현황(브로커 중심)

종목	직판	브로커	대리점	기타
재산보험	10.00	50.00	40.00	0.00
자동차보험	15.00	15.00	65.00	5.00
책임보험	12.00	43.00	45.00	0.00
해상, 운송보험	5.00	80.00	15.00	0.00
상해보험	28.00	13.00	55.00	4.00
기타	15.00	15.00	60.00	10.00

자료: Axco(2014)

II. 주요국 시장 현황 - 2. 일본

보험산업 개요 및 주요 특징

- ❖ 보험료 5,048억 달러, 생명보험 79.9%, 손해보험 18.3%, 제3보험 1.8% (Axco, 2014)
- ❖ 환경변화(고령화와 인구 감소 등)와 더불어 이용자의 편리 향상이나 경영기반 안정화 등을 위해 생·손보 회사에서 업무제휴·통합·합병을 통한 보험업계 재편이 이루어지고 있음.
- ❖ 판매채널은 영업직원(생보)과 대리점(손보)이 주축이며, 최근 생보 영업직원의 비중은 감소하고 있는 반면, 손보 대리점의 경우는 통합화·대형화(개인대리점→법인대리점) 현상이 나타나고 있음.

생명보험 판매채널 현황(2012년)

구분	%
보험사 영업직원	68.2
직판(인터넷, 텔레마케팅 포함)	8.8
보험사 사무실(insurers office)	2.5
우체국(post office)	2.1
방카슈랑스	4.3
보험대리점	6.9
기타	7.2

자료: Axco(2014)

손해보험 판매채널 현황(2012년)

구분	직급(%)	중개사(%)	대리점(%)
재물보험	5.04	0.49	94.47
적립형보험	12.45	0.02	87.53
자동차보험	5.62	0.01	94.37
해상·항공보험	29.14	3.25	67.60
상해·건강보험	11.12	0.06	88.83
계	7.75	0.35	91.90

주: 직급에는 영업직원(보험설계사)을 포함함.
자료: Axco(2014)

II. 주요국 시장 현황 - 3. 영국

보험산업 개요 및 주요 특징

- ❖ 보험료 2,965억 달러, 생명보험 75%, 손해보험 22%, 상해건강 3% (Axco, 2014)
- ❖ 투자형상품의 발전에 따른 생명보험 중심형 국가로 생명보험에 대한 규제가 강화.
- ❖ 2013년 RDR(Retail Distribution Review)시행으로 생명보험 주채널인 IFA에 대해서는 자격 요건 강화 및 보다 높은 전문성을 요구함.

생명보험 판매채널 현황

자료: ABI
* WoM: whole of market

납입방식	기간	IFAs/WoM*	Multi Tied	Single Tied	Direct	Introduced
정기납	2013	71.0	1.0	9.0	17.0	1.0
	2014/1	77.7	1.0	7.4	12.6	1.0
일시납	2013	69.0	1.0	3.0	24.0	3.0
	2014/1	78.0	0.0	7.0	14.0	1.0

손해보험 판매채널 현황(브로커 중심)

자료: Axco(2014)

종목	브로커	대리점	은행	직판	소매업체
기업보험	79.96	6.04	0.49	10.14	2.93
재산보험	39.51	6.59	26.97	17.15	8.82
자동차보험	35.97	3.67	7.15	47.42	5.70
해상, 운송보험	96.05	0.22	0.00	3.68	0.00
전체	56.15	5.03	8.17	24.21	5.77

II. 주요국 시장 현황 - 4. 미국

보험산업 개요 및 주요 특징

- ❖ 보험료 17,413억 달러, 생명보험 34%, 손해보험 29%, 상해건강 37% (Axco, 2014)
- ❖ 생보시장은 구조조정 등으로 보험사 수는 2011년 895사로 줄어들었고(1988년 2,343사) Top5 시장 집중도도 2008년 37%에서 2011년 43%로 높아졌음.
- ❖ 손보시장은 지역 및 종목 세분화로 보험사 수는 2011년에 2,761개이며 Top5 시장집중도는 2008년 33%에서 2011년 30%로 낮아졌음.

생명보험 판매채널 현황(2011년)

자료: Axco(2014)

종목	전속대리점	독립대리점	브로커	은행	직판	기타
생명보험(개인)	40	40.0	9.0	17.0	1.0	7
연금(개인)	21	15.0	3.0	24.0	3.0	2

손해보험 판매채널 현황(2011년)

자료: Axco(2014)

종목	전속대리점	독립대리점(전국적)	독립대리점(지역적)	직판회사
개인용	53.13	10.12	23.67	13.08
기업용(상업용)	19.50	47.85	31.75	0.89

II. 주요국 시장 현황 - 5. 호주

보험산업 개요 및 주요 특징

- ❖ 보험료 471억 달러, 생명보험 50%, 손해보험 33%, 상해건강 17% (Axco, 2014)
- ❖ 은행계 보험사의 성장, 퇴직연금 및 보장성 보험 발달, 비전속채널의 경쟁력이 강함.
- ❖ The Financial Reform Act 2001(2004년 3월 11일 시행)에 의해 복수대리점은 브로커와 마찬가지로 AFSL(Australian Financial Services License)을 취득하거나 보험사의 대리인 중 선택해야 함.

생명보험 판매채널 현황(2012년)

채널	시장점유율
전속	42
독립	35
직판	23

주: 다른 나라에 비해 직판채널 강세
자료: Axco(2014)

손해보험 판매채널 현황(2009년)

구분	개인보험	기업보험
콜센터	41	3
지점영업	21	2
대리점	10	9
브로커	7	71
기타금융기관	5	4
온라인	8	0
제휴영업	3	2
우편	3	0
인수대리인	1	7
직급	1	1
기타단체	0	1

주: 개인보험은 직판, 기업보험은 브로커 중심
자료: JP Morgan/Deloitte General Insurance Industry Survey 2009.
(현대해상 교통기후환경연구소, 2009에서 재인용)

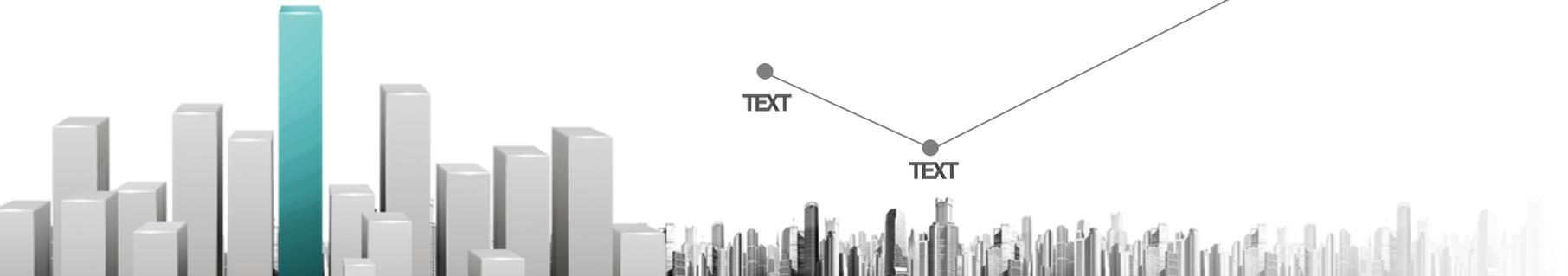


부당승환계약 방지 방안

TEXT

TEXT

TEXT



III. 부당 승환 계약 방지 방안

1) 개관 - 문제 제기

- 보험사들은 낮은 계약유지율때문에 매년 수백만 건의 보험계약을 해지당하고 있음.

- ❖ 기존 연구(조사)는 해지 원인을 주로 고객이나 외부환경을 중심으로 분석하였고 판매자에 의한 해지 분석은 거의 없음.

- 부당한 승환계약도 해지의 중요한 원인이지만 이에 대한 분석과 방지에 대한 논의는 부족함

- ❖ 부당승환으로 새로운 계약을 체결한 보험계약자는 기존계약의 해지로 인한 피해는 인식하지 못하는 경향이 큼.

- 미국 등 보험선진국은 승환에 대해서 보험사(판매자)에게 엄격한 책임을 부과하고 있음.

- ❖ 우리나라의 불완전판매 대책은 설명의무와 적합성원칙 준수 등 판매시점(point of sales)의 정상화를 강조하는데, 시장이 포화되고 사회가 고령화될수록 부당승환이 문제가 증가할 것으로 추측함.

III. 부당 승환 계약 방지 방안

1) 개관 - 부당승환 정의

- 승환(replacement): 기존보험계약의 해지(중대 변경)가 동반된 신 계약 체결 행위로 이중 일부는 부당한 승환에 해당
- 부당승환: 신계약을 체결하면서 이와 연계하여 기존보험계약을 해지(중대 변경)하여 보험계약자에게 손해를 끼치는 판매자의 행위



III. 부당 승환 계약 방지 방안

2) (부당)승환계약 현황 - 승환계약 분석의 틀

- 부당승환계약은 보험계약자의 신 계약 및 기존계약 해지를 건 별로 조사해야 하므로 부당승환 현황을 정리하는 것은 매우 어려운 작업임.

- 따라서 부당승환계약의 기초통계라고 할 수 있는 승환계약(정상승환 + 부당승환)을 추출하여 ‘승환계약’ 현황을 파악함.

- ❖ 전체 승환(정상 + 부당) 규모의 파악
- ❖ 동종상품승환과 이종상품승환의 비교
- ❖ 자사승환과 타사승환의 비교
- ❖ 승환대상이 기존고객인지 신규고객인지 비교

III. 부당 승환계약 방지 방안

2) (부당)승환계약 현황 - 광의의 승환 추정

- 부당승환 규모를 알 수 없어 광의의 승환(정상승환 + 부당승환) 규모를 추정
 - ❖ LAP 비율(Lapse Accompanying Policy-producing, 신계약과 동반된 기존계약 해지 건수/신계약 건수)로 특정기간 내 승환(정상+부당) 규모 추정 가능
- 추정 결과 - 한정된 Sample Data 'A' 대상
 - ❖ LAP 비율 1 (신계약 1개월 전후 기준) : Very Significant
LAP 비율 2 (신계약 6개월 전후 기준) : Very Significant
 - ❖ 생손보 : 동종상품 승환 > 이종상품승환
 - ❖ 동종상품: 자사승환 > 타사승환
 - ❖ 이종상품: 생보는 타사승환이 많고, 손보는 자사승환이 많아
 - ❖ 자사승환은 기존고객이 대부분이며, 타사승환은 신규고객이 대부분

III. 부당 승환 계약 방지 방안

2) (부당)승환계약 현황 - 부당승환 관련 주요 규제

법령 근거	주요내용
보험업법 제97조 1항 5호	기존보험계약을 부당하게 소멸시킴으로써 새로운 보험계약을 청약하게 하거나 새로운 보험계약을 청약하게 함으로써 기존보험계약을 부당하게 소멸시키거나 그 밖에 부당하게 보험계약을 청약하게 하거나 이러한 것을 권유하는 행위' 를 부당승환행위로 규정하고 이를 금지
보험업법 제97조 3항 1호	' 계약 체결 1개월 전후에 기존계약 해지하는 경우 부당승환으로 간주 (보험계약자 자필서명시 예외 인정)
보험업법 제97조 3항 2호	계약 체결 6개월 전후에 기존계약 해지하고 두 계약의 '중요사항' 을 비교설명하지 않은 경우는 부당승환으로 간주
보험업법 시행령 제43조	부당승환계약은 보험기간이 1년 초과하는 보험으로 한정하고 신계약과 기존계약의 위험보장범위가 비슷해야 한다고 규정
보험업법 시행령 제44조	보험업법 제97조3항2호의 중요사항을 정하고 있음(1. 보험료, 보험기간, 보험료 납입주기 및 기간, 2. 가입금액 및 주요 보장내용, 3. 보험금액 및 환급금액, 4. 예정이자율 및 공시이율, 5. 보험목적, 6. 면책사유 및 면책사항)

III. 부당 승환 계약 방지 방안

3) 주요국 사례

국가	법제	현황 및 내용	비고
한국	보험업법 제97조1항5호(부당승환 금지) 3항(부당승환 간주규정)	<ul style="list-style-type: none"> • 신계약 성립 1개월 전후에 기존계약을 소멸시키는 행위(예외인정) • 신계약 성립 6개월 전후에 기존 계약이 소멸되는 경우 보험기간, 예정이자율 등 중요사항 비교설명해야 함. 	부당승환 간주 조항 Twisting 방지에 한계
독일	Wettbewerbsrichtlinie(경쟁지침)	<ul style="list-style-type: none"> • 부당승환계약이 강력하게 금지되는 보험분야로 생명보험계약과 의료보험계약이 있음. • 부당승환계약임을 주장하는 것에 대하여 해당 보험사는 이를 반증하기 위해 1개월의 제척기간 내에 증명해야 함. • 부당승환계약이 확인된 경우 수수료를 청구할 수 없고 이미 지급된 수수료도 반환하여야 함. 	1개월 제척기간

III. 부당 승환 계약 방지 방안

3) 주요국 사례 (계속)

국가	법제	현황 및 내용	비고
일본	보험업법 제300조 1 항 4호(부당한 승환 모집의 금지)	<ul style="list-style-type: none"> • 보험계약자에게 “불이익이 되는 사실을 알리지 않고” 승환을 시키는 행위 금지 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 불이익이 되는 사실로는 해약공제를 계약자가 부담하는 경우 등을 감독지침에서 예시적 열거 • 자사 및 타사계약 간의 승환뿐만 아니라 손·생보 간의 승환도 금지 	한국 법제와 유사
영국	PRA, FCA의 감독규정(PRIN, ICOBIS, COBS) 그리고 RDR	<ul style="list-style-type: none"> • 부당판매가 시장의 신뢰성을 위협할 만큼 심각한 상황에 이르자 2006년~2013년까지 RDR 보고서를 통해 제안한 사항을 반영하여 PRA 및 FCA 규정들을 수정 및 보완 • 부당판매의 원인을 판매자의 윤리성을 포함한 전문성의 결핍의 문제로 인식하고 관련 사항들의 보강을 위해 보험중개자의 적합성 및 전문성 요건을 강화함. • 승환계약이 적발됐을 경우 강력하고도 단호한 처벌을 함. 	부당판매 (mis-selling)에 승환계약이 포함

III. 부당 승환 계약 방지 방안

3) 주요국 사례 (계속)

국가	법제	현황 및 내용	비고
미국	주별로 승환계약에 대한 개별 규정 존재 (예: 뉴욕 Regulation 60)	<ul style="list-style-type: none"> • 생명보험/연금에 해당되며, 1년만기상품, 단체보험상품 등은 해당하지 않음. • Agents는 보험가입자에게 Definition of Replacement 문서를 교부하고 보험가입자가 청약한 계약이 승환인지 아닌지 밝히도록 함. • 가입자가 승환계약이라고 표시하면 청약한 계약과 영향을 받는 모든 기존 계약의 주요 내용을 적고(일부주는 비교 의무 부과) 승환을 추천한 이유를 감독당국에 제출해야 함. 	20세기말 부당승환이 사회적 이슈가 될 정도로 문제가 됨
호주	PRA, FCA의 감독규정(PRI, ICOBIS, COBS) 그리고 RDR	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 제도 및 규율 하에서 우려와 경고에도 불구하고 생명보험 계약 청약의 1/6~1/3이 부당승환계약에 의한 것으로 추정될 정도로 문제가 심각함. • 호주의 금융서비스위원회(FSC)가 'three-year adviser responsibility period'을 도입하여 2013년 7월 1일부터 시행함. 	<ul style="list-style-type: none"> • 1년-100%환수 • 2년-75%환수 • 3년-50%환수

III. 부당 승환 계약 방지 방안

4) 주요국 사례의 시사점

국가	시사점
독일	<ul style="list-style-type: none">• 해지로 인한 손해를 계약자에게 설명하지 않는 경우 부당승환계약으로 간주함.• 판매자가 해지를 조장하는 것을 막는 '조력금지제도' 등이 필요함.• 피보험자 스스로 다른 보험사로 옮기려는 경우에도 피보험자에게 불이익이 될 사유를 반드시 알려야 함(보험나이, 대기기간, 추가보험료, 보험료환급 등).
일본	<ul style="list-style-type: none">• 승환된 모든 계약이 금지되는 것이 아니라 보험계약자에게 "불이익이 되는 사실을 알리지 않고" 승환을 시키는 행위만을 금지함.
영국	<ul style="list-style-type: none">• 부당승환계약뿐만 아니라 부당판매(mis-sales) 관점에서 접근하는 경향임.• 판매자 책임 강화, 전문성 및 윤리성 강화 등 포괄적인 접근을 제시함.
미국	<ul style="list-style-type: none">• 보험가입자는 승환이 있었는지 여부를 정해진 문서에 표시해 판매자에게 제출함.• 승환이 있었다는 보험가입자의 진술이 있으면 판매자는 청약한 계약을 추천한 이유 등 '정상적인' 승환계약임을 증명해야 함.
호주	<ul style="list-style-type: none">• 부당승환계약이 생명보험 신규계약의 1/6~1/3 정도로 심각한 문제임을 제시함.• 부당승환계약 근절을 위해서는 보다 실효성있고 엄격한 규제가 필요할 것임.

Ⅲ. 부당 승환 계약 방지 방안

5) 제도 개선 방안

● 승환계약 및 부당승환계약 현황에 대한 총체적인 조사

- ❖ 감독당국에서 부당승환에 대해서 많은 감독 및 감시가 이루어지고 있지만 주로 개별회사를 검사하면서 부당승환계약을 조사하는 방식임.
- ❖ 이를 보험업계 전반적인 승환계약 관행 및 부당승환 가능성을 총체적으로 조사하여 현황을 파악하는 것이 필요함.
- ❖ 만일 승환계약이 보험 판매자(모집인)에 의해 관행처럼 진행되고 있다면 이에 대한 보험업계 전체적인 대응방안을 마련하도록 함.

Ⅲ. 부당 승환 계약 방지 방안

5) 제도 개선 방안 (계속)

● 부당승환방지 자체 시스템 구축 및 실질적인 감독

- ❖ 자사승환 및 타사승환 계약을 관리하고 특히 부당승환계약을 적발하고 방지할 수 있는 보험사 자체의 시스템을 구축하고 감독당국 요청시 신속하게 보고할 수 있는 체계 구축함.
- ❖ 승환계약에 대한 무작위 검사를 도입하는 등 감독당국도 부당승환계약을 적발 및 방지할 수 있는 감시감독체계를 구축할 것을 권고함.
- ❖ 승환계약에 대해서 ‘보험계약자 서명’ 등 형식적 설명이 아닌 실질적으로 계약내용에 대한 비교 설명 등이 이행되는 지 감독이 필요함.

Ⅲ. 부당승환 계약 방지 방안

5) 제도 개선 방안 (계속)

● 부당승환 관련 법제 개선 방안

❖ 승환계약에 대한 관리 및 보고 의무 부과

- ✓ 보험사는 승환계약 관리체계를 운영하여 승환계약을 자체적으로 관리하고 그 내용을 감독당국에 보고하도록 제안함.

❖ 해지 계약을 피승환보험사에 통보

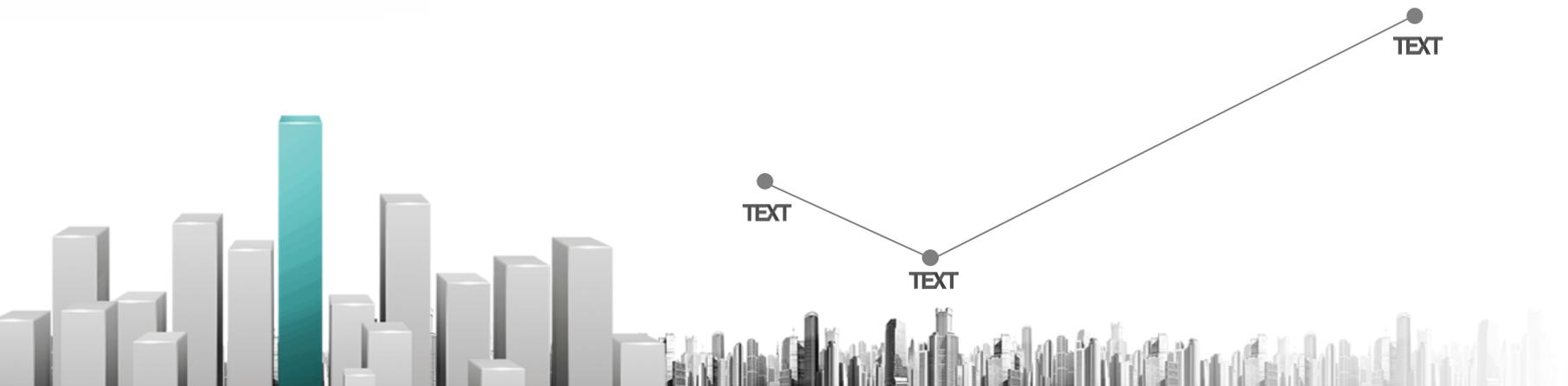
- ✓ 보험사는 승환계약과 동반된 해지 계약을 피승환보험사에 통지하도록 의무화 하는 방안을 제안함.

❖ 부당승환에 대한 패널티 강화 검토

- ✓ 부당승환 방지를 위한 보험사의 관리체계 구축과 함께 호주처럼 부당승환에 대한 패널티를 부과하는 방안도 검토하기 바람.

IV

판매자 책임 강화 방안



IV. 판매자 책임 강화 방안

1) 개요 - 현황 및 문제점

- 보험의 불완전판매로 인하여 보험 모집시장의 불안정성이 증대함.
 - ❖ 국내 보험 판매채널의 구조 변화 속도가 매우 빠름.
- 보험상품을 구성하는 제조자와 이를 판매하는 자가 실제로는 동일인이 아니므로 문제가 발생함.
 - ❖ 판매자(판매조직의 설계사)의 이해관계와 보험가입자의 이해관계가 일치하지 않음.
 - ❖ 전속판매조직에서 비전속판매조직으로 전환되면서 대형화하는 추세임.
- 보험사와 보험판매조직 사이의 위임관계가 법률적으로 문제가 됨.
 - ❖ 대리법리에 따라 제조자가 일차적인 책임을 지는 구조이기 때문에 판매자의 도덕적 해이를 야기함.
- 국가마다 보험 판매채널의 특이성을 지니고 있어서 각 시장의 발전 양상과 법제가 다름.
 - ❖ 주요국의 보험판매 현황, 발전 과정 및 제도를 참고하여 현 법제를 개선할 필요 있음.

IV. 판매자 책임 강화 방안

3) 주요국 사례

국가	법제	현황 및 내용	비고
한국	상법 보험업법	<ul style="list-style-type: none"> • 위임관계의 기본법리에 의함 • 민법상 사용자책임 법리가 포함됨 • 보험모집 중 금지행위유형을 정함 • 모집을 위탁한 보험사의 배상책임에 관한 명문규정 있음. 	<ul style="list-style-type: none"> - 판매자의 도덕적 해이나 불완전판매의 정도가 극심해짐 - 판매조직 설립과 판매자 자격요건상 진입장벽이 낮음.
독일	HGB(상법), VVG(보험계약법), GewO(영업법), VAG(보험감독법)	<ul style="list-style-type: none"> • 대리의 기본법리에 의함. • 보험판매조직에 일정한 권한을 부여함. • 법률행위 위임자와 수임자와의 관계에 따른 원칙을 고수 ✓ 보험판매과정에서 위임관계법리상 고수하는 취지는 거래안전(Verkehrsschutz)과 법적 안정성(Rechtssicherheit) 확보에 있음. 	<ul style="list-style-type: none"> - 판매자 스스로 전속형태의 판단을 자유롭게 함. - 판매자 자격요건 구비가 매우 까다로움(진입장벽이 높음).

IV. 판매자 책임 강화 방안

2) 주요국 사례 (계속)

국가	법제	현황 및 내용	비고
일본	보험업법, 금융상품판매법	<ul style="list-style-type: none"> • 민법상 사용자 책임과 동일한 책임 ✓ 배상책임면제사유(상당한 주의의무, 손해방지노력) • 원금 손실의 우려가 있는 금융상품(변액연금, 변액보험 등)에 대해서는 사실상 무과실 책임을 부과함 	- 한국 제도와 유사
영국	Financial Service and Market Act, 감독규정 (MIPRU, ICOBIS, COBIS)	<ul style="list-style-type: none"> • 판매자가 보험사를 위하여 행동했다면 소비자의 피해는 보험사가 책임을 부담 • 판매자가 소비자를 위해 행동했을 경우에는 판매자가 책임을 짐. • 보험중개자가 누구를 위하여 행동하였는지에 따라 책임소재가 결정됨. • 보험중개자 내부적으로도 판매에 대한 책임을 전담하는 상위 담당자를 의무적으로 지정하도록 규정함. 	대리인의 경우 소비자를 대리한다는 특정한 요소가 없다면 일반적으로 보험사를 대리하는 것으로 하여 왔으나, 최근 복수전속대리점의 경우는 보험사를 대리하는지 또는 소비자를 대리하는지 명확하지 않은 경우 소비자를 대리하는 것으로 봄.

IV. 판매자 책임 강화 방안

2) 주요국 사례 (계속)

국가	법제	현황 및 내용	비고
미국	<ul style="list-style-type: none"> - 대리인법리가 기본, 판례중심 - Broker는 보험가입자 대리, 전속대리점은 보험사 대리, 독립대리점은 통상 쌍방대리 	<ul style="list-style-type: none"> • 판매자가 보험사를 대리한다면 불완전판매에 대한 궁극적인 책임은 보험사에게 책임이 있음. • 판매자가 보험가입자를 대리하는 상황에서 발생한 불완전판매에 대한 책임은 판매자 스스로 져야 함. 	독립대리점은 쌍방대리를 하므로 사건 내용에 따라 책임 소재가 달라질 수 있음.
호주	<p>The Insurance Agents and Brokers Act 1984, The Financial Services Reform Act 2001, Company Act</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 대리인의 행동에 대해서는 대리권을 부여한 자가 책임을 지나, 복수대리점이 발전하면서 2004년부터 브로커와 마찬가지로 면허를 따로 취득한 복수대리점은 자신이 책임을 부담함. • 배상책임보험의 충분성을 사업과 리스크에 맞게 지속적으로 유지하여야 함. 	

IV. 판매자 책임 강화 방안

3) 주요국 사례의 시사점

국가	시사점
독일	<ul style="list-style-type: none"> • 보험소비자의 판매채널선택에 의한 보험대리점과 보험중개사의 책임이 명확함. <ul style="list-style-type: none"> ✓ 보험계약법(VVG): 제59조 이하 ✓ 영업법(Gew O): 제34 d조 및 제34e조 • 판매채널에 책임부과는 권한의 배분에 관한 문제와 연동함. <ul style="list-style-type: none"> ✓ 보험대리점: 대리계약에 의함(보험계약관련 수령권한이 있음) 독자적인 상사대리인으로서의 책임부담함 보험사의 임직원 등에 대하여는 사용자책임 내지 이용보조자 책임을 부담함. ✓ 보험중개사: 중개계약에 의함(어떠한 근거로 특정의 보험사를 결정하여 보험계약자에게 보험계약을 중개하였는지를 제시할 의무 있음). 보험중개사의 중개행위에 대하여는 자기책임을 부담함. 실무상 보험계약자를 대리하는 것으로 판단함(중개로 인한 손해에 대하여는 보험계약자에게 증명책임이 부과됨). • 보험판매조직에 상담근거 제시의무, 상담의무, 설명의무 및 서면화의무가 엄격하게 요구 됨.(VVG 제60조-제61조) <ul style="list-style-type: none"> ✓ 의무위반의 경우 보험판매자가 배상책임을 부담함. • 판매자가 되기 위한 자격요건이 매우 엄격함. <ul style="list-style-type: none"> ✓ 판매자가 될 자는 자신의 판매조직의 유형을 자유롭게 선택함(다만 자격요건은 각각 다름) ✓ 판매자의 자격요건구비여부를 보험자가 수시로 확인함. • 판매자에게 전문가배상책임보험가입을 요구함(기타 신용보험도 가입함).

IV. 판매자 책임 강화 방안

3) 주요국 사례의 시사점 (계속)

국가	시사점
독일	<ul style="list-style-type: none"> • 판매자의 책임강화 현상이 두드러짐 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 보험사가 판매과정에서 발생할 수 있는 여러 위험요소를 직접 관리하고 통제하는 위험관리시스템을 운용함 <ul style="list-style-type: none"> - 판매를 허용한 것에 대한 관리 및 통제에 대한 주의의무 가짐. - 감독청(Bafin)으로 부터 일정한 권한을 이양받음(운용은 의무방식으로 함): 법적 근거는 보험판매자중개자법(Versicherungsvermittlersrecht)으로 구체적인 통제 및 감시시스템 구축은 보험자의 법정의무에 해당함. - 보험판매조직에 대한 상시모니터링(보고 및 공시 등)을 통한 불완전판매 등의 근절노력. - 판매조직의 판매자격 수시로 확인 - 위험관리시스템은 판매위험을 낮추는 실질적인 역할을 함. ✓ 독일의 보험시장에서 판매조직의 직업간 이동이나 대리점간 이동이 비교적 적음. • 보험판매자의 책임의 근거 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 상담근거 제시의무 또는 적합성의 원칙 적용에 따른 의무위반 ✓ 계약체결 전의 상담의무 위반 ✓ 설명의무 위반 ✓ 서면화의무 위반 • 판매자의 의무위반시 손해배상의무 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 손해배상의무의 부과가 보험계약자가 보험구매단계에서 구매결정에 중요한 정보를 제공받는데 결정적인 역할을 함. ✓ 다만 보험대리점은 여전히 '보험자의 눈과 귀'의 역할을 하게 함.

IV. 판매자 책임 강화 방안

3) 주요국 사례의 시사점 (계속)

국가	시사점
일본	<ul style="list-style-type: none"> • 보험사는 보험업법에 따라 보험모집인이 보험계약자에게 가한 손해를 배상함(제283조 1항) <ul style="list-style-type: none"> ✓ 민법상 사용자 책임과 동일하게 봄(제715조). ✓ 보험모집인의 선임 및 고용, 위탁 등에 상당한 주의를 한 경우 및 손해발생의 방지에 노력한 경우 보험자면책임(제283조 제2항). ✓ 보험자의 책임은 모집인의 보험계약 성립시까지의 행위에 한하고 보험계약 성립 후의 손해는 부담하지 아니함. • 금융상품판매법상 손해배상책임 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 금융상품판매업자에게 설명의무와 단정적 판단제공금지의무 부과함. ✓ 의무위반시 손해배상책임 부과함. ✓ 금융상품판매법에서는 설명의무 위반의 경우 무과실 책임과 동시에 직접책임을 부과함. <ul style="list-style-type: none"> - 무과실책임: 고의 또는 과실을 성립요건으로 하지 아니함/인과관계가 추정됨/판매업자에 증명책임 전환 - 직접책임: 사용자책임에 대한 특칙으로서 판매업자가 직접 책임부담함(판매업자가 상품의 구조 및 내용을 잘 아는 주체이고, 판매업자가 판매를 통하여 이익을 얻기 때문). ✓ 다만 이 법에 대상이 되는 보험상품은 해석상 한정됨. ✓ 동법상 판매업자는 대리점과 중개사를 모두 포함함. ✓ 배상책임의 범위는 원금결손액에 한정된다는 한계가 있음. • 보험사에 모집상의 배상책임을 부과하기 위해 모집인(특히, 승합대리점)에 대한 지도·감독권을 부여하는 추세임.

IV. 판매자 책임 강화 방안

3) 주요국 사례의 시사점 (계속)

국가	시사점
영국	<ul style="list-style-type: none"> • 보험자와 판매자와의 관계는 일반적으로 위임관계에 의함(금융서비스 및 금융시장에 관한 법률(FSMA)) • 복수전속대리점의 경우 판매자가 보험사의 대리점인지 소비자를 대리하는 것인지 규명함. <ul style="list-style-type: none"> ✓ 소비자의 대리인으로 행위를 한 경우 자기책임 부담(FSMA 제39조 제3항): 보험계약자에게 청약서를 작성하도록 도움 시점을 기준으로 함. • 판매자의 행위로 인하여 소비자에게 손실이 발생했을 경우 이에 대한 책임이 보험사에게 일방적으로 부과되지 않음. • 소비자의 손실에 대해서 수수료 모두 공시하였거나, 독립적 조언을 하였거나, 또는 자문료를 받은 경우에는 판매자에게 책임을 부과함. • 배상책임의 한도는 소비자물가를 반영하여 5년마다 재조정(감독규정인 MIPRU 3.2.7A). • 판매자에게 배상책임보험 가입을 의무화 함(MIPRU 3.2.7). <ul style="list-style-type: none"> ✓ 보험자는 판매자가 배상책임보험을 유지하고 있는 지를 상시 확인하여야 함. ✓ 최저가입금액은 단일청구당 1,120,200 유로와 연 수익의 10% 중 높은 금액 ✓ 보험중개회사가 보험가입시 위 한도보다 더 큰 자기부담금을 설정하기 위하여는 건전성 감독기구인 PRA가 작성한 표에 따라서 이에 상응하는 추가자본금을 보유하여야 함 (MIPRU 3.2.14)

IV. 판매자 책임 강화 방안

3) 주요국 사례의 시사점 (계속)

국가	시사점
미국	<ul style="list-style-type: none"> • 보험판매조직으로 보험대리인과 보험중개사를 두고 있는 구조는 동일함. ✓ 보험대리인은 보험사의 대리인으로서 보험사에 대한 신인의무 있음. <ul style="list-style-type: none"> -보험대리인은 일반대리인(general agents)과 권유대리인(special or soliciting agents)로 나뉨: 일반대리인은 미국 손해보험 판매자, 권유대리인은 생명보험 판매자를 일반적으로 칭하는 개념임. -보험계약 관련 정보를 대리인이 인지한 경우 이 정보를 보험사에 공지하지 않았다고 하더라도 보험사도 알고 있었다고 간주함. -대리인의 착오, 기망, 부정행위는 그 행위에 비록 대리권이 없다고 하더라도 그 책임은 본인에게 귀속함. ✓ 보험중개사는 보험계약자의 대리인으로서 보험계약자에 대하여 신인의무 있음. ✓ 보험중개사와 비전속대리점은 보험사 및 보험계약자의 쌍방대리도 가능함. • 보험대리점의 경우 과실에 대비한 전문가배상책임보험(E&O보험)은 일반화되어 있음. ✓ 업무과정에서 야기된 고객에 대한 과실 등으로 서비스제공자가 입게 될 손해배상 등을 보장함. ✓ E&O보험은 대리점계약을 하는 경우 보험사가 요구함. ✓ E&O보험으로 손해배상 금액과 소송비용 등이 보장됨(100만불 이상의 보험금액으로 체결). ✓ 대리인의 과실은 대리인이 부담하겠다는 것을 취지로 함. • 일부 주의 경우 대리점 면허를 취득하기 위하여 보증보험에 가입의무 있음. ✓ 캘리포니아의 경우 보험계약자는 1만불까지는 보증보험으로, 그 이상의 손해에 대하여는 E&O보험으로 보상받음.

IV. 판매자 책임 강화 방안

3) 주요국 사례의 시사점 (계속)

국가	시사점
호주	<ul style="list-style-type: none"> • 금융서비스법(The Financial Services Reform Act) 2001에 따라 단일면허체계(single licensing regime)를 취함. <ul style="list-style-type: none"> ✓ 면허책임자별로 판매책임을 달리 부가하여 판매자책임 소재가 분명해 짐. ✓ 판매과정에서의 책임은 판매자 자신이 부담함. • 기업법 2001(Corporation Act 2001) 제7장 ‘금융서비스와 금융시장’ 부문 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 보험상품판매자의 책임규정(기업법 912B.1) ✓ 보험판매면허를 받은 자가 사업의 중단 이후에도 사업관련 손해를 배상할 수 있도록 배상 관련 효력지속기간을 관리함(기업법 912B.2-3). ✓ 보험대리인이 단일면허를 가진 자인지 복수면허를 가진 자인지에 따라 각기 다른 책임근거를 가짐. ✓ 보험자가 보험대리점의 행위에 대하여 면책이 되는 기준이 명확함(기업법 917D) <ul style="list-style-type: none"> - 피면허자의 권한 외적인 행위를 한 경우 - 대리인이 서비스를 제공하기 전 피면허자의 권한 외적 행위사실을 명확하게 공시한 경우 - 대리인이 제공한 공시가 보험가입자가 그러한 서비스를 받을지를 결정하는 데에 명확하고 중요한 기준인 경우 • 보험사업상의 리스크에 충분한 배상책임보험을 가입의무화 함. <ul style="list-style-type: none"> ✓ 면허취득의 전제조건임(기업법 912B.1). ✓ 배상책임보험가입사실에 대한 상시 확인시켜 줄 의무가 판매자에게 있음. ✓ 배상책임보험의 가입으로 사업상 위험을 담보할 수 있음을 증명하여야 함. ✓ 외부감사에 의하여 배상책임보험의 충분성이 감독대상이 됨.

IV. 판매자 책임 강화 방안

4) 제도개선 방안

● 단기방안 1

- ❖ 기존의 보험자와 판매자의 위임관계에 따른 대리법리에 따른 책임부과를 본질로 함.
- ❖ 설명의무에 앞서 보편적인 상담의무를 부과함: 계약교섭 및 계약체결 전의 의무임.
- ❖ 상담의무와 설명의무를 이행한 것을 판매자가 별도로 증명함.
 - ✓ 보장내역, 기간, 예정이율, 해지환급금, 보험료의 구성, 보험자면책사유, 특정보험의 경우 구체적인 인식이 필요한 내용 등
 - ✓ 상담요청자의 질의와 답변 등을 포함
 - ✓ 상담 및 설명 등에 대하여 전자적 기록을 함: 설명의무 이행에 대한 실효성을 확보
 - ✓ 상담의무 및 설명의무위반을 채무불이행책임으로 보아 불이행 책임을 보험자와 보험판매자가 부담함(기존의 부진정연대책임)
- ❖ 보험자가 자신의 보험상품판매를 허용한 판매자의 전문성과 판매건전성 여부를 통제하고 관리함.

IV. 판매자 책임 강화 방안

4) 제도개선 방안 (계속)

● 단기방안 2

- ❖ 불완전판매와 직결하는 설명의무위반 등에 대하여 일정 규모의 보험판매조직에게는 1차 책임(자기책임)을 부과함.
 - ✓ 전속대리점의 경우는 기존의 대리관계에 의한 본인책임으로 하고, 비전속의 일정규모의 판매조직의 책임을 강화함.
 - ✓ 보험계약과정에서의 실제적인 보험자의 관리의 어려움을 반영한 것임.
 - ✓ 비전속대리인의 경우는 현실적으로 보험자보다는 보험계약자를 위하여 계약 체결을 유도하는 것이 일반적인 상황임을 근간으로 함.
- ❖ 설명의무이행여부에 대한 증명책임을 보험판매자에게 1차적으로 부과(보험업법 제95조).
- ❖ 일정 규모 이상의 보험판매조직에 배상책임보험가입을 의무화함.
- ❖ 보험가입여부를 상시 감독함(계약 미유지시 등록취소함).
- ❖ 보험업법 제95조의 2와 제102조를 개정함.
 - ✓ 보험업법 제95조는 설명의무 이행에 대한 전제와 그 과정에 대한 규정
 - ✓ 보험업법 제102조는 모집과정에서 발생한 손해전반에 대한 책임문제이나 이에 설명의무 위반의 문제를 명시하는 방안을 제안함.
- ❖ 다만, 이 경우 상법 보험편에서 설명의무이행주체에 대한 별도논의가 필요함.

IV. 판매자 책임 강화 방안

4) 제도개선 방안 (계속)

● 입법적 제안의 예시

보험업법 제102조(모집을 위탁한 보험회사의 배상책임)

- ① 보험회사는 그 임직원, 보험설계사 또는 보험대리점(보험대리점 소속 설계사를 포함한다. 이하 이조에서 같다)이 모집을 하면서 보험계약자에게 손해를 입힌 경우 배상할 책임을 진다. 다만 다음의 각호에는 그러하지 아니하다.
 - 1. 보험회사가 보험설계사 또는 보험대리점에 모집을 위탁하면서 상당한 주의를 하였고 이들이 모집을 하면서 보험계약자에게 손해를 입히는 것을 막기 위하여 노력한 경우
 - 2. 대통령령이 정하는 규모의 보험대리점이 설명의무를 위반한 경우.
- ② 제1항 2호에 대하여는 보험대리점(판매자)이 배상할 책임이 있다. 이 경우 보험대리점은 배상책임보험을 가입하여야 한다.
- ③ 이하 동일

IV. 판매자 책임 강화 방안

4) 제도개선 방안 (계속)

● 장기 방안

- ❖ 전속대리점과 비전속대리점간의 판매책임을 분리함.
 - ✓ 전속대리점은 기존의 위임에 의한 대리법리 유지: 보험자와 대리계약
 - ✓ 비전속 법인대리점의 경우 독립적인 판매책임을 부과함: 보험자와 중개계약
- ❖ 판매조직형태의 변화: 보험판매전문회사 도입
 - ✓ 판매조직의 전문화와 대형화 추세를 반영한 것임.
 - ✓ 판매자에게 판매조직형태에 대한 선택권 부여: 선택에 따른 책임부여
 - ✓ 보험계약자에 대한 보험판매 중개자로서의 책임을 부과
- ❖ 불완전판매에 대한 1차적 책임은 판매자가 부담함.
 - ✓ 보험자와 판매자와의 중개계약에 따른 2차적인 책임은 보험자가 부담함.
 - ✓ 판매책임을 위한 전문가배상책임보험가입의 의무

● 기타 제안

- ❖ 상업신용보증보험에의 가입권유: 판매자인 보험대리점에 속한 설계사나 기타 종업원 및 관계인에 의하여 발생한 고의에 의한 불법행위의 경우 생긴 재산상 손해를 전보해주는 보험
 - ✓ 기업자체에 생겨난 손해 뿐만 아니라 제3자에게 가해진 손해를 보상함.

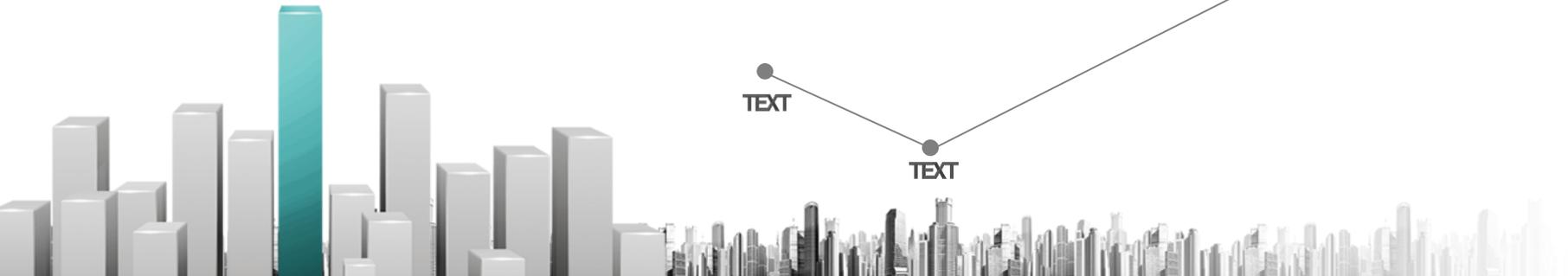


판매자 전문성 강화 방안

TEXT

TEXT

TEXT



V. 판매자 전문성 강화 방안

1) 개요

● 독립채널의 발전과 판매자의 전문성 및 도덕성

- ❖ 과거 일사전속의 판매채널 환경과는 달리 다수의 상품을 판매하기 위해서는 상품에 대한 전문성이 요구됨.
- ❖ 또한 계약자에게 최적의 상품을 제공하기 위해서는 높은 수준의 도덕적 자질이 요구됨.
- ❖ 하지만 판매자의 전문성 및 도덕성이 주요 선진국에 이르지 못해 불완전판매와 소비자 효용 감소가 발생하고 있음.

● 독립채널의 영향력

- ❖ 독립채널의 시장지배력이 증대하면서 보험시장, 계약자 및 보험사에 미치는 영향력이 커지고 있는데, 이러한 영향력에 부합되는 전문성은 이루어지지 못하고 있는 실정임.
- ❖ 적절한 선제적 대응 없이 보험판매 전문화, 계약자보호 나아가 보험산업의 장기적 발전은 이루기는 어려울 것으로 판단함.

- 선진 주요국의 판매자 전문성 강화 방안을 분석한 후 한국의 실정에 맞는 제도개선을 진입 및 사업 수행 중 방안으로 나누어 제시함.

V. 판매자 전문성 강화 방안

2) 주요국 사례

국가	법제	현황 및 내용	비고
한국	보험업법	<ul style="list-style-type: none"> - 보험업법에 기본적인 모집관련 준수사항을 규정 - 보수교육 있으나, 대부분 사이버교육으로 이루어져 교육의 실효성이 낮음 - 비전속대리점의 규모 및 영향력에 비해 인적 및 재무적 요건이 낮고, 불완전판매율을 낮출 수 있는 방안 부재 	
독일	HGB(상법), VVG(보험계약법), GewO(영업법), VAG(보험감독법)	<ul style="list-style-type: none"> - 보험판매조직에 권한부여 규정 - 보험판매조직의 구체적인 의무부여 규정 - 보험판매영역에서의 위험관리 <ul style="list-style-type: none"> • 보험상품제조자에게 판매자 관리의 엄격한 주의의무를 부과 • 보험판매자의 자격요건 엄격성을 강조하는 규정을 구비 - 보험사와 판매조직간의 협력관계를 확인할 수 있는 감독법규와 절차를 구비 	

V. 판매자 전문성 강화 방안

2) 주요국 사례 (계속)

국가	법제	현황 및 내용	비고
일본	보험업법	<ul style="list-style-type: none"> - 보험모집인에 대한 진입규제로 등록제도를 채택 - 손해보험 플래너, 손해보험 토탈플래너, 라이프 컨설턴트, 시니어 라이프 컨설턴트, 토탈 라이프 컨설턴트와 같은 고급자격 제도 - 보험모집인 자격을 유지하기 위해서는 일정기간(5년) 마다 갱신시험을 통과하여야 함(모집인 자격정보시스템 활용). 	
영국	감독규정 (COND, MIPRU)	<ul style="list-style-type: none"> - 보험중개업에 종사하려는 기업은 해당업무를 수행하기에 적합한 자여야 하며, 보험중개업무를 수행하는데 필요한 지식과 능력을 갖추었음을 증명하도록 규정 - 고급자격증(DFP, ADFP)과 매년 보수교육 및 갱신제도 - 보험중개회사의 관리구조에 있는 모든 사람들과 보험모집에 직접 관여하는 모든 직원들이 좋은 평판을 갖고 있음을 증명하도록 규정 - 보험중개회사로 하여금 반드시 일정 수준 이상의 전문직배상책임보험에 가입하고 그것을 유지하도록 규정 - 보험중개회사로 하여금 일정 수준 이상의 자기자본을 보유하도록 규정 	특히, 소매금융상품의 취급에 대해서는 상세한 자격규정을 두고 엄격하게 관리

V. 판매자 전문성 강화 방안

2) 주요국 사례 (계속)

국가	법제	현황 및 내용	비고
미국	주별로 보험규제(예: 뉴욕주)	<ul style="list-style-type: none"> - 모집인이 되려면 정해진 교육을 이수하고 필기시험에 합격한 후 허가를 받도록 규정 - 허가받지 않은 자는 보험상담사, 보험컨설턴트, 보험카운셀러라는 호칭을 사용할 수 없으며, 보험계약의 심사나 평가 등과 관련하여 보수를 받거나 보험에 관한 추천, 조언을 해서 안됨(2012조). - 보험대리점(agent)과 중개인(broker)면허를 중복해서 받을 수 있으며, 많은 독립대리점은 중개인으로 업무도 병행 수행 	
호주	the Corporations Act 2001, RG166	<ul style="list-style-type: none"> - 제공하고자 하는 금융서비스 별로 관련 자격증을 취득해야만 보험판매 영업이 가능 - 판매자가 제공하는 상품과 서비스 종류, 특성, 범위에 따라 각기 상응하는 재무적 요건을 규정 - 면허를 받은 판매자는 모든 부채를 상환할 수 있는 지급여력을 항상 유지해야 하며, 항상 총자산이 총부채를 초과하도록 규정 - 일정기간 동안의 예상되는 현금비용을 충당할 만큼의 충분한 자원(resources)을 보유 - 재무적 요건 준수 여부에 대하여 매년 감사회사의 감사를 받아야 하며 이를 ASIC에 보고 	자격증 취득 이후 사업내용을 변경할 경우 새로운 영역에 관하여 관련 능력의 증명을 통해 기존에 취득한 자격증의 수정 또는 변경 가능하도록 규정

V. 판매자 전문성 강화 방안

3) 주요국 사례의 시사점

국가	시사점
독일	<ul style="list-style-type: none"> - 보험대리점과 보험중개인의 책임이 명확함. - 판매채널에 책임부과는 권한배분에 관한 문제와 연동되어 있음. - 판매자의 자격요건이 엄격하며 보험사가 수시로 재평가함.
일본	<ul style="list-style-type: none"> - 소비자보호를 위해 보험모집인의 관리·감독을 강화하는 추세임. - 2005년 보험금 미지급사태로 2009년부터 보험모집인의 자격갱신제도 도입 시행.
영국	<ul style="list-style-type: none"> - 보험중개업무를 수행하는데 필요한 지식과 능력의 요건 및 평판을 매우 중요하게 생각하고 관련사항을 상당히 엄격하게 규정하고 있음. - 보험판매자의 건전성 및 질적 수준의 제고를 위한 방안을 마련하는 데 시사하는 바가 큼.
미국	<ul style="list-style-type: none"> - 판매자(모집인)에 대한 자격 요건과 자격 유지 교육을 중요하게 생각하고 있음. - 허가받지 않는 자는 보험상담자, 보험컨설턴트 등 '보험모집'과 관련된 전문인 명칭을 사용하지 못하도록 검토할 필요가 있음.
호주	<ul style="list-style-type: none"> - 단일면허(single license)제도로, 사업자가 제공하고자 하는 금융서비스에 따라 필요요건이 결정됨. - 면허취득 이후에도 본인의 능력에 따라 금융서비스 제공 자격이 수정 또는 확대될 수 있음. - 금융서비스업의 유연성을 제고한 점은 매우 큰 시사점을 제공함.

V. 판매자 전문성 강화 방안

4) 판매자 전문성 강화 방안: 진입 관련 방안

● 등록 요건 강화

- ❖ 보험업법 제13조(임원의 자격)를 참조하여 비전속대리점을 실제 운영하는 임원에 대한 등록제한 사유를 두어 인적요건 강화함.
- ❖ 예를 들어 법인대리점의 임원은 보험업의 공익성 및 건전경영과 거래질서를 해칠 우려가 없는 자로 등록제한 사유를 둘 수 있음.
- ❖ 대형법인대리점의 경우 사업의 지속성 보전을 위해 자본금 요건 신설.
- ❖ 자본금은 매출액 대비로 산정함.
 - 설계사 지급 수수료, 배상책임보험에서 자기부담금에 해당하는 금액, 비전속대리점의 고의로 인해 배상책임보험금을 지급 받지 못하는 경우 대고객에게 지급해야 할 금액 등이 매출액에 연동
- ❖ 매출액 대비 1%(SBC: Sales Based Capital)에서 시작하여 순차적으로 5%로 확대함.

V. 판매자 전문성 강화 방안

4) 판매자 전문성 강화 방안: 진입 관련 방안 (계속)

<대형법인대리점의 매출액 연동 자본금 규모>

순위	매출액	자본금	자본총계	SBC	소속설계사 수
1	267,546	486	2,775	1.04%	11,633
2	103,334	10,000	18,240	17.65%	2,598
3	119,291	4,900	11,057	9.27%	10,564
4	104,487	1,015	3,758	3.60%	4,548
5	97,755	50	143	0.15%	6,093
6	90,051	100	8,218	9.13%	1,109
7	86,201	1,506	88	1.02%	2,627
8	82,234	290	1,669	2.03%	3,022
9	79,224	619	1,137	1.44%	3,541
10	75,469	50	6,289	8.33%	755
11	73,126	249	4,224	5.78%	4,666
12	69,000	160	1,231	1.78%	(미확인)
13	66,544	5	701	1.05%	2,181
14	51,978	50	435	0.84%	(미확인)
15	46,200	50	-216	-0.47%	1,569

V. 판매자 전문성 강화 방안

4) 판매자 전문성 강화 방안: 사업 수행 관련 방안

● 자격시험 및 보수교육

❖ 고급 자격증제도 신설.

- 주관식 시험 도입
- 판매 전 자격시험의 수준을 고객에게 알림
- 장기적으로 기초 자격증과 고급 자격증의 취급 상품 범위 차별화

❖ 보수교육의 효과성 제고.

- 현 보수교육은 대부분 사이버교육으로 이루어짐
- 20시간 이상을 집합교육으로 실시할 경우 모집종사자의 생업에 부정적 영향
- 불완전판매율이 높은 특정 모집종사자들을 대상으로 정신교육에 해당되는 윤리, 분쟁사례, 법규에 대해 5시간 집합교육 실시

❖ 갱신제도 도입.

- 영국, 미국, 일본의 경우처럼 자격증 유효기간을 정하고 면허의 갱신을 보수 교육과 연계

V. 판매자 전문성 강화 방안

4) 판매자 전문성 강화 방안: 사업 수행 관련 방안 (계속)

● 전속 보험설계사 및 개인대리점의 우수인증설계사

구분	생명보험 우수인증설계사	손해보험 우수인증설계사
적용대상	-보험설계사 및 전속 개인대리점	<좌동>
근속기간	-동일회사에 3년 이상 재직자	<좌동>
보험계약 유지율 ¹	-13회차 90%, 25회차 80% 이상	-13회차 85% 이상
소득실적 ²	-월평균 월납초회실적 80만원 이상 또는 연소득이 전체 설계사 평균 (3,540만원)이상	-전년도 소득이 월평균 500만원 이상
불완전판매 기준	-불완전판매건이 "0건"	-불완전판매율이 3% 이하
기타	-보험업법에 의한 사고모집인 기록 無 -기타 금융 및 신용질서 문란사실 無	-사고모집인 등재기록 및 모집관련 민원 제재기록 無 -협회 또는 각사가 실시하는 재정관련 컨설팅 교육과정을 이수

주1 : 직전 1년(또는 2년)간 모집한 보험계약 중 기준일 현재 유지되고 있는 계약의 비율

주2 : 직전 회계 년도 1년간 실적을 기준으로 적용

V. 판매자 전문성 강화 방안

4) 판매자 전문성 강화 방안 : 사업 수행 관련 방안 (계속)

● 비전속대리점 평가 방안

- ❖ **현행 전속설계사에 대한 우수 인증설계사, 소비자만족도, 경영성과, 재무건전성, 규제이행도를 기준으로 4등급 평가안 신설.**

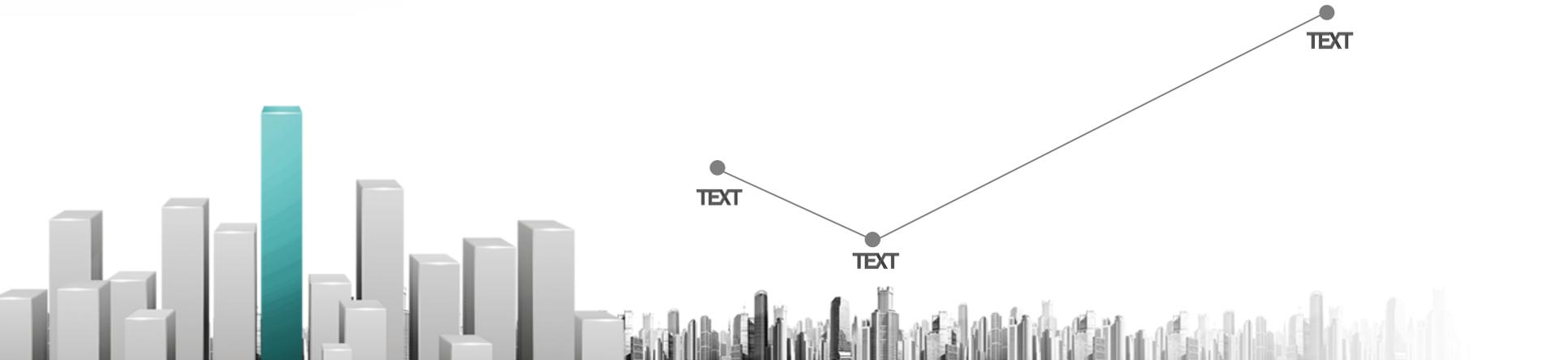
평가 기준	측정	비중
소비자 만족도	불완전판매율, 유지율	50%
경영성과	수수료 수입	10%
재무건전성	매출 대비 자본 총계	20%
규제 이행도	검사 지적 유무	10%
판매인력 우수성	우수 설계사 비중	20%

❖ 등급의 효과.

- 비전속대리점의 전문성과 고객만족 고취
- 최하위 등급에 대해서는 금융감독원의 검사, 불완전판매율이 높은 상품의 판매 금지
- 최상급 등급에 대해서는 검사를 면해주고, 보험판매전문업자 도입시 참조자료로 활용



장기 발전 방향



VI. 장기 발전 방향

1) 영국 판매채널의 진화과정

● '양극화'이전의 판매채널

- ❖ 1987년 양극화(polarisation)가 이루어지기 전 영국의 판매채널은 보험사의 전속대리점, 브로커, 몇 개 보험사의 상품을 판매하는 판매회사(IFA의 전신)로 구분되었음.
- ❖ 당시에는 오늘날 IFA(Independent Financial Adviser)의 대표적 특성인 모든 회사의 상품을 취급하는 비전속 독립성(independence)에 대한 규정이 없었고, 단지 몇 개 보험사의 상품만을 취급하는 경우에도 독립채널로 분류되었음.

VI. 장기 발전 방향

1) 영국 판매채널의 진화과정 (계속)

● '양극화' 도입(1987년) 배경

- ❖ 당시 주 채널이었던 전속채널(company agents)로는 소비자의 니즈에 적합한 상품을 제공하는 것이 한계가 있다는 것을 인식함
- ❖ 따라서 보험사로부터 독립되면서도 스스로의 판매 책임을 강조한 IFA와 보험사에 전속된 company agents로 판매채널을 양분하는 '양극화' 제도를 도입하였음.
- ❖ 그 결과 다양한 상품을 취급하는 독립채널과 한 회사의 상품만을 취급하는 전속채널로 양분되게 되었으며, 독립채널에 대해서는 전속채널에 비해 공시 강화, 최선의 상품 제공 의무를 부여하는 등의 판매규제를 강화하였음.

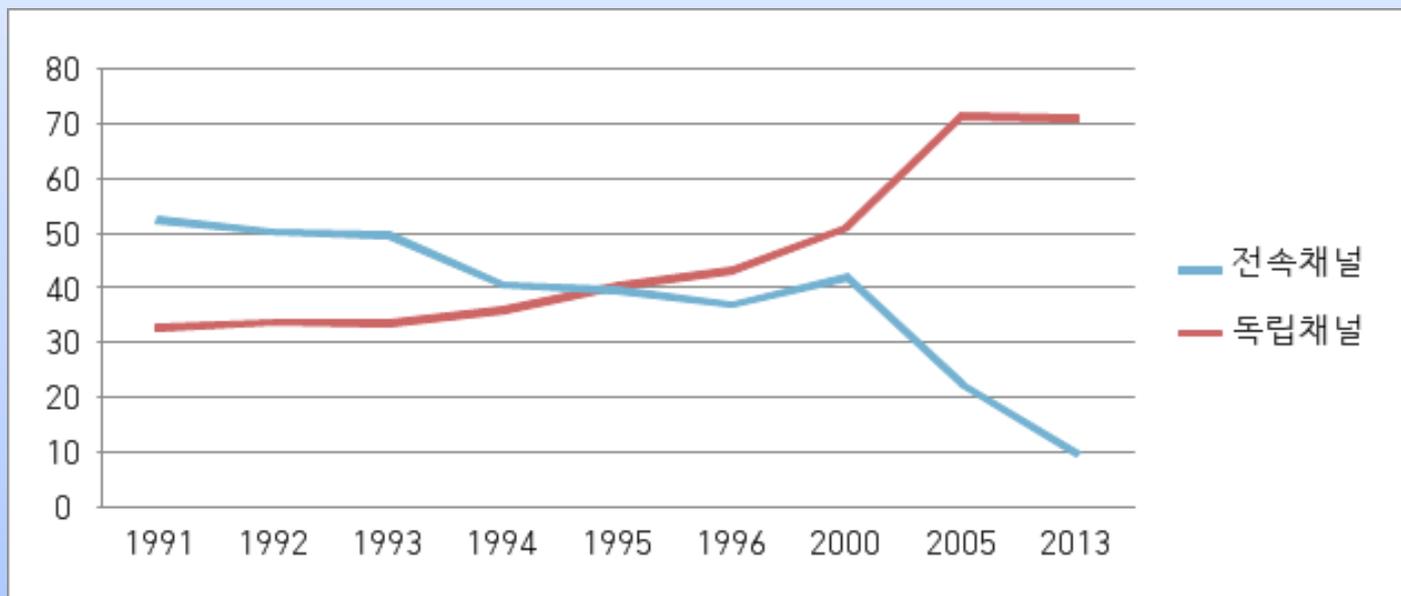
VI. 장기 발전 방향

1) 영국 판매채널의 진화과정 (계속)

● 독립채널의 비중 증대

❖ 영국의 보험모집 트렌드는 전속체제에서 독립채널로 이전

< 영국 개인생명보험 채널별 비중 >



주 : 1991~1996년은 APE(Annualised premium income), 2000년부터는 정기납보험의 점유율임.

자료 : ABI

VI. 장기 발전 방향

1) 영국 판매채널의 진화과정 (계속)

● '탈양극화' (2004년)

1987년 양극화에 의한 채널의 양분은
독립채널의 책임과 성장에 기여하였으나,
전속채널이 3~4가지 상품의 판매를 불가능하게 하고,
결과적으로 소비자의 상품 선택권도 제한하게 됨



생명보험에서 전속채널, 독립채널에 추가하여
복수전속대리점(multi-tied agents)을 신설

VI. 장기 발전 방향

1) 영국 판매채널의 진화과정 (계속)

● RDR(Retail Distribution Review, 2013년)

- ❖ 공시를 강화했으나 판매자는 여전히 소비자의 이익보다는 자신의 수입을 극대화하는 판매를 행하게 됨에 따라 불완전판매가 발생하여 서비스 지급의 구조를 소비자가 직접 판매자에게 주는 방식으로 변경하게 됨.
- ❖ 2013년 1월부터 투자형상품에 대해서는 수수료(commission) 방식을 금지하고 자문료(fee)만 서비스를 제공하게 되었음.
- ❖ 네덜란드, 호주 역시 마찬가지로 투자형상품에 대해 수수료를 금지하고 자문료로 변경되었음.

VI. 장기 발전 방향

2) 보험산업 판매채널의 장기 발전 방향

1 현 법제의 틀을 유지하면서 미시적 조정 방안

- ❖ 현 법제하에서 판매자 책임 강화
- ❖ 시장의 안정적 변화를 도모할 수 있으나, 판매채널 변화 대응에 미흡

2 복수대리점의 준브로커화 (호주 사례)

- ❖ 복수대리점에게 일부 권한을 주되 판매자 책임도 부여
- ❖ 복수대리점 중 준브로커를 원하지 않는 대리점의 경우, 현 법제 틀 유지하면서 미시적 조정

3 IFA와 같은 전문판매제도 도입 (영국 사례)

- ❖ 영국의 경우 Single Tied/ Multi Tied/ IFA와 같이 세가지 유형의 판매채널 존재
- ❖ 각 유형별로 책임, 권한 및 자격 요건 등을 달리 규정
- ❖ IFA의 경우 모든 보험상품을 취급하고 높은 전문성 및 재무적 요건 등을 요구

VI. 장기 발전 방향

3) 판매채널 구조 변화 (보험판매전문업)

- ❖ 보험판매전문업자는 계약자를 위해 판매업을 하는 중개의 개념으로 전환 필요
- ❖ 보험판매전문업자는 등록제가 아니라 허가제로 면허
- ❖ 보험판매전문업자는 호주의 사례를 참고하여 기초 및 추가적 재무요건을 충족
- ❖ 보험판매전문업자에 대한 민원평가제도 도입
- ❖ 보험판매전문업자의 시장지배력 강화로 경쟁이 제한될 경우 이를 완화할 수 있는 제도적 장치 도입(예: 영국에서 Volume Overriders 금지)

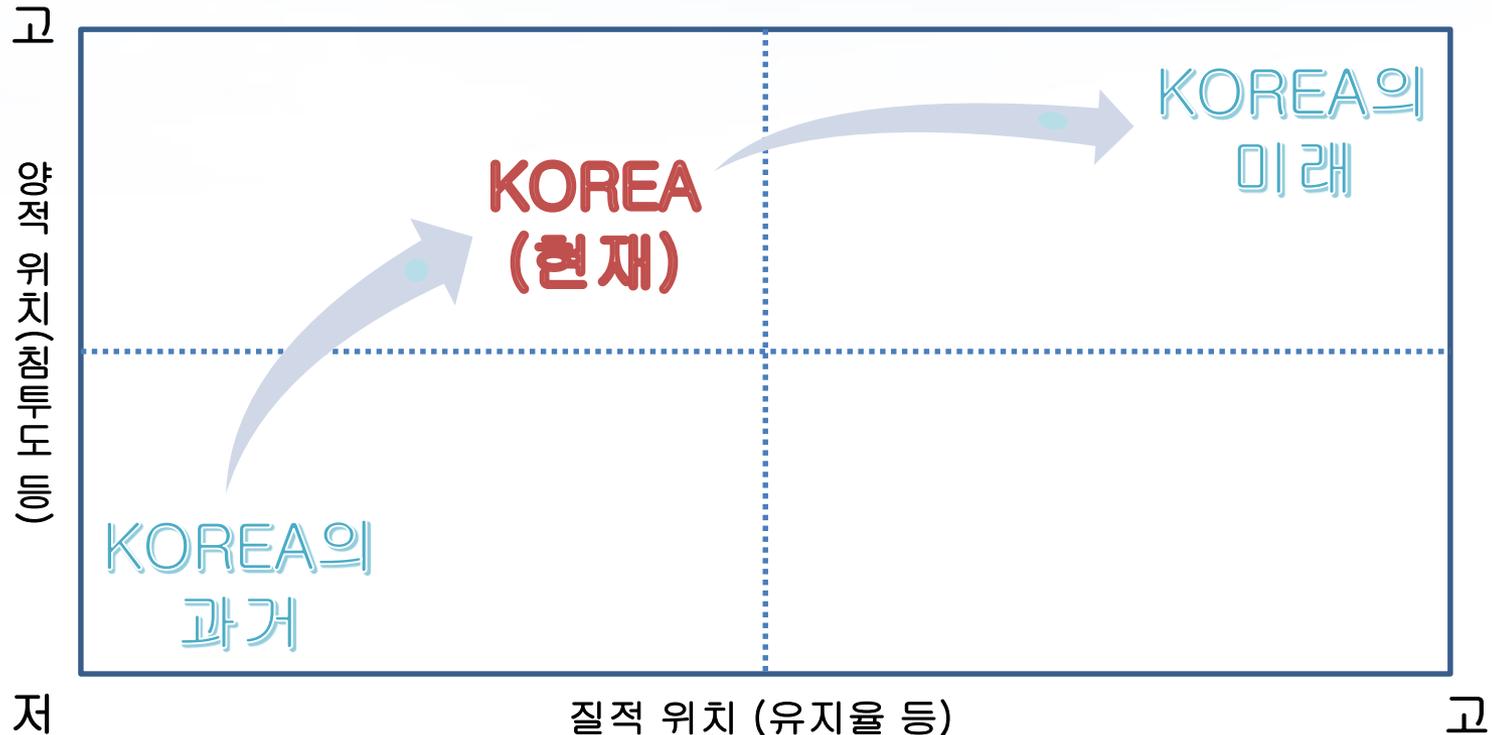
VI. 장기 발전 방향

4) 건전한 발전을 위한 조건



VI. 장기 발전 방향

- 보험산업의 발전은 통상 양적 성장이 먼저 이루어지고, 질적 성장은 후행적으로 이루어짐.
- 우리나라 보험산업은 양적 발전(침투율 등)은 어느 정도 달성했으니, 이제는 판매채널 건전화 등을 통해서 질적인 발전(유지율 등)을 이루어야 할 시점임.



VI. 장기 발전 방향

장기 기대 효과

- 소비자 보호 능동적
- 판매자 적극적 관리
- 질적 성장 중시

- 장기 수익 중시
- 정착률 향상
- 부실판매 책임

- 소비자만족도 제고
- 상품이해도 증가
- 스스로 책임 강조

판매채널의 건전한 발전을 위한 제도 개선

보험사

- 소비자 보호 수동적
- 판매자 관리 소홀
- 양적 성장 중시

보험모집인 (판매자)

- 단기 수익 중시
- 낮은 정착률
- 부실판매 등한시

소비자

- 연고판매에 순응
- 낮은 상품 이해도
- 판매자에 과도 의존

감사합니다.

