



「EU 보험모집지침 개정(안)」 발표와 영국 보험업계의 반응

이정환 선임연구원

요약

- 금융위기 이후 소비자 보호의 중요성이 강조되면서 전 세계적으로 금융산업에 대한 규제·감독에 대한 재검토가 이루어지고 있음. 이러한 흐름에 따라 EU는 보험모집인에 대한 규제를 강화하는 「EU 보험모집지침 개정(안)」을 발표하였음. EU는 모집인 규제 개정으로 소비자 보호 강화와 보험업계의 공정한 경쟁 환경 조성을 기대하고 있음. 그러나 영국보험업계는 모집인 보수 명시 의무화로 보험업계의 경쟁이 가속화 될 수 있으며, 보수 명시가 소비자에게 편향된 정보를 줄 가능성도 있는 것으로 보고 있음. 또한 구속성 금융상품 계약체결(tying practices) 금지에 보험회사들의 비용 부담을 가중시키는 요인이 될 것으로 예상하였음.

- 금융위기 이후 소비자 보호의 중요성이 강조되는 가운데 「EU 보험모집지침 개정(안)¹⁾」이 발표되었음.
 - 2010년 11월 G20은 OECD, 금융안정위원회(Financial Stability Board), 기타 국제기구들에게 금융서비스 분야 소비자 보호를 강화하는 일반 원칙 제정을 요청함.²⁾
 - Solvency II의 논의 과정에서도 「EU 보험모집지침」에 대한 재검토가 요구되어 2012년 7월 생·손보 전체 모집인(mediation)과 재보험 모집인을 대상으로 한 「EU 보험모집지침 개정(안)」(Insurance Mediation Directive II)이 발표되었음.³⁾
 - 「EU 보험모집지침 개정(안)」은 유럽의회, 각료 이사회를 거쳐 2013년 중 채택되어 2015년부터 실시될 예정이나 모집인 보수 명시에 대한 논의가 길어지면서 시기가 늦춰질 가능성도 있음.

1) 2002년 「EU 보험모집지침」(Insurance Mediation Directive)(2002/92/ EC) 채택으로 보험 모집인의 감독기관 등록 의무 규정이 마련되었음. 보험 모집인의 EU 역내 활동을 용이하게 하는 것과 동시에 소비자의 보험 상품 선택 확대를 통해 보험 모집인이 제공하는 자문의 신뢰성 제고를 목적으로 함.

2) OECD(2011,10), *G20 High-level Principles on Financial Consumer Protection*,

3) European Commission(2012), *Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on Insurance Mediation*.

- 「EU 보험모집지침 개정(안)」은 공정한 경쟁 환경 정비, 소비자 보호 강화, EU 시장 통합 촉진을 대전제로 하여 다음의 목표 달성을 지향하고 있음.
 - 적용 범위를 모든 보험판매 채널로 확대
 - 모집인 보수와 관련된 투명성 확보
 - 주요 조항 위반에 대한 EU 회원국들의 벌칙 수준 제고
 - 자문의 적합성과 객관성 촉진
 - 복잡한 상품 개발에 대응하는 판매자의 전문성 확보
 - 모집인에 대한 회원국 간 등록 절차 단순화로 역내시장 통합 촉진

- 현행 지침은 보험 판매를 주요 사업으로 하는 보험 모집인을 대상으로 한 반면, 개정안은 보험 판매를 부수적으로 사업하는 보험 모집인도 포함시킴.
 - 현행 지침에서는 대리점, 브로커, 방카슈랑스를 보험모집인으로 예시하였으나, 개정안에서는 다이렉트 판매 보험회사, 가격비교 사이트(agggregator), 보험 판매 여행대리점, 렌터카회사뿐만 아니라 손해사정 및 클레임 관련 회사 등 보험금 지급 업무 관련 사업자도 추가함.
 - 개정안에서는 규제 대상을 확대하여 모든 보험판매 채널에 대해 동일 수준의 소비자 보호가 이루어지는 것을 지향하고 있음.

- 보수⁴⁾와 관련된 투명성 확보를 목적으로 보험 모집인과 보험회사에 대해 보수 명시를 의무화함.
 - 모집인이 사업자 수수료(commission)를 받을 경우 소비자의 이해보다는 보험회사의 이해를 대변할 수밖에 없는 이해상충 문제가 상존함.
 - 모집인이 받는 보수가 소비자가 직접 지불하는 계약자 수수료(fee)인지, 보험회사가 지불하는 사업자 수수료(commission)인지 그리고 계약자 수수료와 사업자 수수료의 구성, 보수의 총액도 명시하도록 함.

- 또한 소비자 선택 폭을 늘리는 것과 동시에 자동 부대 특약에 따른 부적절한 판매를 방지하기 위해 결합 판매(cross selling)를 명시하고 구속성 금융상품 계약체결(tying practices)을 금지함.
 - 보험상품을 기타 금융 서비스와 결합하여 패키지 상품으로 판매하는 경우 보험 모집인은 보험상품에 대한 개별 보험료를 제시하여야 함.

4) 모집인의 보수로서 커미션(commission)과 fee가 있음. 커미션은 보험회사로부터 받으며 보험료에 비례하고, fee는 소비자로부터 받으며 일반적으로 보험료에 관계없이 결정됨.

- 1개의 보험상품에 결합된 서비스를 분리할 수 없는 상품은 판매가 금지됨.
 - 예를 들어 화재보험은 낙뢰, 풍재, 수재, 도난이라는 화재 이외의 손해도 보상하는 종합 보상의 형태를 띠고 있는데, 향후 모집인은 소비자의 요청이 있을 경우 결합 서비스를 분리하여 판매하여야 함.
 - 은행의 현금카드나 신용카드에 해외여행보험이나 상해보험을 자동적으로 부가함으로써 소비자의 선택을 제한하는 판매를 막기 위함임.

- 영국 보험업계는 동 개정(안)이 시행되면 기업보험의 경우 보수 명시 의무화로 인한 혼란이 크지 않을 것이나, 개인보험의 경우 보험업계 간 경쟁이 가속화될 것으로 예상함.
 - 기업보험의 경우 이전부터 자발적으로 계약자 수수료를 명시하는 관례가 형성되었음.
 - 보험료가 상승할 경우 사업자 수수료도 보험료에 비례하여 상승하기 때문에 기업들은 계약자 수수료를 선호하였고, 이에 따라 계약자 수수료 보수 체계가 확립되었음.
 - CLYDE & CO⁵⁾의 조사에 따르면 개인보험의 경우 모집인 보수와 순보험료 노출로 모집인 수수료와 보험료에 대한 가격경쟁이 심화될 것으로 보임.⁶⁾

- 또한 많은 소비자들이 모집인 보수 체계에 대해 이해가 낮기 때문에 보수 명시가 오히려 소비자에게 혼란을 줄 수 있다고 주장함.
 - CLYDE & CO에 따르면 보험상품 설계부터 판매까지의 과정과 그에 따른 보수체계 설명이 소비자에게 반드시 필요한 정보가 되지 못함.
 - 소비자들은 보험상품 구입 시 보험상품의 보상 내용이나 보험료를 중시하는 경향이 있음.
 - 소비자가 보수만을 기준으로 상품을 선택할 경우, 자신에게 적절하지 않은 보험을 구입할 가능성이 있음.

- 영국 보험업계는 ‘보수 명시 의무화’ 규정을 거부할 수 없는 상황이기 때문에 보험산업에 미치는 영향을 최소화하는 방향으로 대처하기로 함.
 - 생·손보업계는 ‘무조건적인 보수 명시 제시’ 규정을 ‘소비자의 요구가 있을 경우 보수 명시 제시’로 수정하여 EU에 제의함.

5) 보험, 해상, 항공, 에너지, 무역 등의 분야에 특화된 영국의 글로벌 로펌.

6) 2013년 1월에 실시한 CLYDE & CO회사의 인터뷰에 의함.

- 영국 보험업계는 ‘결합판매 명시와 구속성 금융상품 계약체결 금지’ 내용에 따라 큰 영향을 받을 수 있기 때문에 향후 「EU 보험모집지침 개정(안)」 논의 추이에 주목할 것이라고 밝힘.⁷⁾
 - 영국 보험협회(ABI)는 구속성 금융상품 계약체결이 소비자 의지에 반하며 경쟁을 제한한다는 것에 기본적으로 동의하지만, 특정 패키지 상품은 결합으로 비용을 절감하는 장점이 있다고 주장함.
 - 복수의 상품을 엮어 함께 판매하는 것이 소비자에게 편리성이나 편익을 증대시키기도 하기 때문에 상세한 조사와 적절한 평가가 필요함.
 - 패키지 상품들을 독립 상품으로 개발할 경우 보험회사의 비용을 증가시키는 요인이 될 것으로 우려함. **kiri**

7) ABI(2012. 11), *ABI summary: Insurance Mediation Directive(IMDII)*와 2013년 1월에 실시한 ABI의 인터뷰 참조.