



해외의 화상통화를 통한 보험모집과 시사점

김동겸 연구위원

요약

- 코로나19 확산에 따른 대면영업 제약으로 디지털 모집으로의 전환이 가속화되고 있는 가운데, 화상통화를 통한 보험모집에 관심이 증대되고 있음
 - 지난해 일본과 홍콩에서는 ZOOM, MS Teams과 같은 화상회의 시스템을 활용하여 소비자가 보험모집인과 직접 대면하지 않고 보험상품 상담 및 청약이 가능한 새로운 보험모집 방식을 도입하였음
 - 국내 금융감독당국도 보험모집 시 화상통화 활용방안을 검토 중이며, 「화상통화 보험모집 모범규준(가칭)」을 마련할 계획임
- 화상통화를 통한 보험모집은 모집성격에 대한 정의에 따라 규제 수준에 차이가 존재할 수 있음
 - 화상모집은 보험모집인과 고객이 떨어져 있다는 점에서는 인터넷이나 전화와 같은 비대면모집에 가까운 측면이 있으나, 실시간으로 시각적인 의사소통을 도모할 수 있어 대면모집과 유사한 성격도 지님
 - 해외에서도 화상통화를 통한 보험모집 방식은 도입 초기단계로, 홍콩은 규제샌드박스(Insurtech Sandbox)를 통해 시범운영 중이며 일본은 화상모집과 관련한 감독규정을 정비 중에 있음
 - 특히 전자매체를 활용한 보험모집이 개인정보 유출, 사이버보안 사고 위험에 노출되어 있다는 공통적인 인식 하에, 이를 통제하기 위한 보안관리체계 구축을 선결요건으로 제시함
- 화상통화를 활용한 보험모집이 허용될 경우, Digital Native 세대로의 고객층 이동, 시간 및 공간적 제약으로부터의 이점 등을 고려해 볼 때 대면채널의 기능을 보완하면서 성장할 가능성이 있음
 - 지금까지 대면설계사가 담당해왔던 모집 방식은 시간적·공간적 제약을 받아왔으나, 화상통화를 통한 보험모집을 통해 이 같은 문제를 해소할 수 있음
 - 또한, 소비자와 판매자 간 상호작용 증진이나 고객의 상품이해도 개선효과도 기대됨
- 다만, 화상모집 과정에서 발생할 수 있는 사생활침해 문제를 해소하기 위한 방안 검토가 필요함
 - 상품판매과정에서 상담과정을 자동으로 녹화하거나 녹취하는 방식을 채택할 경우 사생활 및 초상권 침해 등의 문제가 발생할 수 가능성이 있어, 보험모집과정에서의 고객의 편의성을 제고하면서 사생활 보호가 가능한 장치를 강구해야 할 것임
 - 홍콩의 경우 화상모집 과정의 녹화 또는 녹취는 소비자의 동의를 전제로 하고 있음

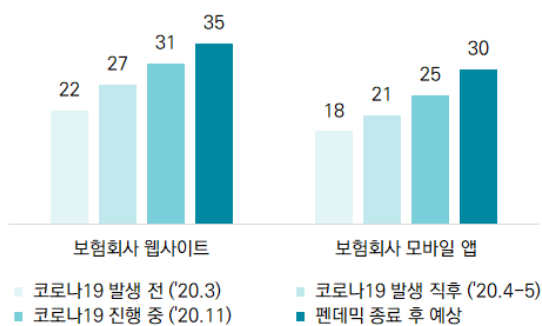


1. 서론

○ 코로나19 이후 전 세계적으로 보험모집 업무에 있어 디지털 전환이 가속화되고 있음

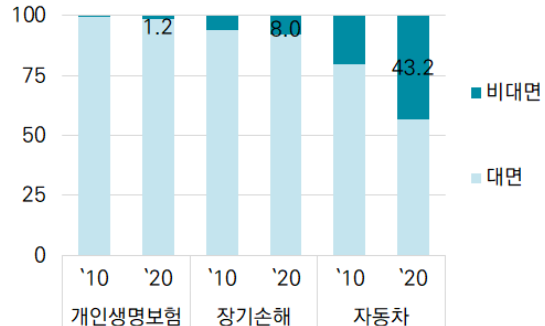
- Capgemini 설문조사에 따르면,¹⁾ 미국에서는 코로나19 발생 전 보험회사 웹사이트나 모바일 앱을 활용한 경험에 있는 응답자가 각각 22%, 18%였으나, 코로나19 발생 직후('20년 4~5월)에는 27%, 21%로 늘어남(〈그림 1〉 참조)
 - 팬데믹 종식 이후에도 웹사이트나 모바일 앱을 활용하겠다고 응답한 비중은 각각 35%, 30%에 달함
- 국내 보험모집시장의 경우 아직까지는 자동차보험을 제외하고는 대면채널의 영향력이 압도적이나, 디지털 경제 확산으로 비대면채널을 통한 보험모집의 중요성이 점차 확대되고 있음
 - 개인형 생명보험상품의 경우 비대면채널을 통한 모집비중은 '10년 0.4%에서 '20년 1.2%로 증가하는데 그쳤으나, 상품특성이 비교적 간단한 자동차보험은 동기간 중 20.4%에서 43.2%로 증가함(〈그림 2〉 참조)

〈그림 1〉 해외의 온라인 보험모집채널 활용과 전망
(단위: %)



자료: Capgemini(2021)

〈그림 2〉 국내 보험모집 방식 변화(대면 vs. 비대면)
(단위: %)



주: 생명보험은 초회보험료, 장기·자동차보험은 원수보험료 기준임
자료: 보험회사, 「업무보고서」

○ 특히, 코로나19 감염 위험에 따른 대면영업 제한으로 화상통화를 이용한 보험모집 방식이 주목받고 있음

- 지난해 일본과 홍콩에서는 코로나19가 확산되는 과정에서 금융감독당국의 대면모집활동 자제 요청이 이어지면서, 대면설계사가 화상통화를 통해 보험상품을 설명하고 판매하는 방식이 관심을 끌게 되었음
- 국내에서도 금융감독당국이 보험모집 시 화상통화를 활용하는 방안을 검토 중에 있으며, 「화상통화 보험모집 모범규준(가칭)」을 마련할 계획을 밝힌 바 있음²⁾

○ 본고에서는 해외에서의 화상통화 방식의 보험모집 사례와 관련 규제를 검토하고, 국내에 주는 시사점을 도출하고자 함

1) Capgemini(2021), "After the COVID-19 vaccine... What will define success in the financial services new normal?"

2) 금융위원회 보도자료(2021. 5. 17), "소비자 보호의 실효성은 높이고, 보험모집의 비효율은 낮출 수 있도록 「비대면·디지털 모집 규제」를 개선하겠습니다"; 금융위원회 보도자료(2021. 3. 2), "보험산업 신뢰와 혁신을 위한 정책방향-2021년 보험산업 금융위 업무계획"



2. 해외의 화상모집 운영사례

○ 일본과 홍콩에서는 지난해 코로나19 확산 과정에서 금융감독당국의 대면영업 자제 요청이 이어지면서, 화상통화를 활용한 보험모집³⁾ 방식이 주목받고 있음⁴⁾

- 일본의 Manulife,⁵⁾ Gibraltar,⁶⁾ 손보재팬⁷⁾ 등은 지난해 ZOOM, MS Teams, 자사 시스템 등을 활용하여 고객이 영업직원과 직접 대면하지 않고 보험상품 상담 및 청약이 가능하도록 '온라인 보험상담 모집절차'를 마련함⁸⁾
 - 한편, 승합대리점인 'Hoken Ichiba' 등도 보험상담전문 영상통화시스템을 활용하여 모집업무를 수행 중임⁹⁾
- 홍콩의 Manulife, AIA 등도 '20년 6월 'Virtual Face-to-Face Agency Sales Platform'을 구축함¹⁰⁾

〈그림 3〉 화상통화를 통한 해외 보험모집 사례

〈운영 사례〉			〈PC 활용〉	〈스마트폰 활용〉
구분	일본	홍콩		
운영 보험 회사	Manulife, Gibraltar, Aflac, SOMPO Japan, Tokio Marine 등	AIA, Manulife 등		
운영 시스템	ZOOM, MS Teams, Webex, 자체개발 시스템	MS Teams		

자료: 저자 작성

자료: Advance Create사 홈페이지

자료: Advance Create사 홈페이지

○ 화상통화를 통한 보험모집 절차는 일반적으로 ① 준비, ② 상품설명, ③ 청약, ④ 사후관리 단계로 구분됨

- 모집인은 보험회사에서 자체 운영시스템 링크를 보험계약자에게 전송하거나 일반 디지털플랫폼을 사용하여 보험계약자가 화상회의 시스템에 접속할 수 있도록 지원함
- 모집인은 화면공유 기능을 사용하여 고객의 재정적 요구사항과 의향을 분석한 후, 고객에게 적합한 상품을 권유하고 해당 상품의 내용 및 약관을 설명함
- 모집인이 계약자 신분확인을 위해 소비자에게 신분증 제출을 요구할 수 있으며, 소비자가 해당 보험상품에 가입하기로 결정하면 전자서명을 통해 관련 문서들을 확인하고 청약하는 과정을 거침

3) 화상통화(Video calling)를 통한 보험모집은 일본에서는 '온라인 보험상담(オンライン保険相談) 서비스'나 'Web 회의시스템을 이용한 보험모집'으로, 홍콩에서는 '원격비디오 보험(經中介人遙距視像投保, Virtual on-boarding via video conferences)'으로 불리고 있음

4) 日本損害保険協会(2020), "金融業界における書面・押印・対面 手続の見直しに向けた検討会", 説明資料

5) PRTIMES(2020. 9. 10), "マニュアル生命「オンライン面談」の導入による非対面での保険申込みを開始"

6) https://www.gib-life.co.jp/st/online_taimen.html

7) 損害保険ジャパン株式会社(2020. 8. 13), "非対面による保険契約手続きの対象拡大"

8) 일본 생명보험회사들의 화상통화를 통한 보험모집 사례는 〈부록 표1〉을 참조하길 바람

9) Advance Create(2021. 3. 1), "保険相談特化型のビデオ通話システム「Dynamic OMO」本日発売"

10) Asia Insurance Review(2020. 6. 15), "Hong Kong: Global insurer introduces 'virtual face-to-face' agency sales"; Asia Insurance Review(2020. 5. 22), "AIA steps up digital transformation to prepare for post-COVID-19 landscape"

- 보험회사는 보험계약자가 보험료를 즉시 지불할 수 있도록 온라인 지불 시스템을 제공함
- 청약이 완료되면 보험회사는 전자보험증서를 발행하거나 보험계약자에게 보험증서 원본을 우편으로 전송하며, 모집인은 계약자에게 상품문의 답변, 고객정보 변경, 상품갱신 등 사후관리서비스를 제공함



3. 해외의 화상모집 관련 규정

○ 화상통화를 통한 보험모집 방식은 아직 도입 초기단계로, 홍콩은 규제샌드박스(Insurtech Sandbox)를 통해 시범운영 중이며 일본은 감독규정을 정비 중임

- 일본 금융청은 '21년 1월 '보험회사에 대한 종합적 감독지침' 개정을 통해 '비대면 방식'의 모집형태를 '비대면·비접촉 방식'이란 용어로 전환하고, 해당 유형에 '화상회의 시스템'¹¹⁾을 명시적으로 포함시킴¹²⁾
 - '화상회의 시스템'은 영상과 음성의 송수신을 통해 상대방의 상태를 서로 인식할 수 있는 방법을 의미함
 - 화상통화를 통한 새로운 보험모집 유형이 등장하면서, 이 같은 보험모집 방식이 기존의 '대면' 또는 '비대면' 방식 중 어디에 해당하는지에 대한 논란이 있었음¹³⁾
 - 화상회의 시스템을 이용한 보험모집이 비대면·비접촉 방식의 보험모집의 한 유형으로 포함되면서, '정보제공 의무', '고객보호' 등의 규정 개정 필요성에 대한 의견이 제시되고 있음¹⁴⁾
- 홍콩 보험감독청은 '20년 8월부터 'Insurtech Sandbox' 심사를 통해 일정 요건을 갖춘 보험회사에 한해 '원격비디오 보험' 판매를 허용하고 있음¹⁵⁾
 - 보험회사가 화상회의(Video conferencing)를 통해 모집업무를 수행하기 위해서는 ① 보험모집 세부 절차, ② 내부 통제장치, ③ 판매상품, ④ 목표 고객층(신규고객, 기존고객, 취약계층 등), ⑤ 운영시스템, ⑥ 청약과정에서 서명방식 등에 관한 정보를 금융감독당국에 제출해야 함
 - 화상모집 시 금융당국이 보험회사 요구하고 있는 사항으로는 ① 고객에게 전달되는 정보의 명확성·적법성을 담보할 수 있는 장치, ② 화상모집 시스템 접속기록, ③ 상품판매 전 소비자 위치 확인, ④ 녹취 또는 녹화 등 화상모집 과정 기록, ⑤ 개인정보보호 등 시스템 보안 점검, ⑥ 모집인 교육, ⑦ 기타 통제장치¹⁶⁾ 확보 등임

11) 「保険会社向けの総合的な監督指針」, II-4-2-2 保険契約の募集上の留意点 (2) 法第 294 条, 第 300 条の 2 関係 (情報提供義務)

12) 金融庁(2021. 1. 21), 「保険会社向けの総合的な監督指針」等の一部改正に関するパブリックコメントの結果等の公表について

13) 화상통화를 이용한 보험모집은 모집인과 고객이 물리적으로 떨어져 있다는 점에 주목하면 인터넷이나 전화와 같이 '비대면모집'과 유사한 특성을 보유하고 있다고 볼 수 있으나, 양 당사자가 음성뿐만 아니라 시각적으로도 의사소통을 도모할 수 있다는 점에서 '대면모집'과 유사하다는 의견이 제시됨(増島 雅和(2020), "Web 会議システムを用いた保険募集について", 森・濱田松本法律事務所)

14) 小川 友規(2021), "ニューノーマル時代における保険会社・代理店の法的留意点"; 大沼 八重子(2021), "オンライン面談を活用した保険募集 — 規制等を中心に"

15) 保険業監管局(2020. 8. 5), "Sandbox Application for the Distribution of Long Term Insurance Policies via Video Conferencing Tools"

16) 화상통화모집 과정의 녹화거부 의사를 밝힌 소비자가 산업 평균수준보다 현저히 높은 보험상품 판매자, 녹화 또는 녹취 진행에 대한 소비자의 동의절차 확인기록 없이 진행된 보험모집, 화상모집 시스템 사용 승인을 받지 않은 사람의 화상모집시스템 접속 여부, 화상통화 모집 시스템이 모집인이 상품판매 과정에서만 활용하고 있는지 여부 등을 확인하기 위한 장치를 의미함

- 특히, 화상모집 과정의 녹취 또는 녹화는 소비자의 동의를 전제로 하며, 소비자가 화상모집 과정 기록에 동의하지 않는 경우 보험회사는 소비자의 'Opt-out' 결정에 대한 기록을 보관해야 함¹⁷⁾

〈표 1〉 홍콩의 화상통화를 통한 보험모집 규제와 소비자 유의사항

규제샌드박스 신청 시 제출 정보	화상통화 모집을 위한 주요 요건사항	소비자 유의사항
• 보험모집 세부 운영절차 • 내부통제장치: 계약인수, 고객익향, 승환 • 판매상품 및 목표 고객층 • 화상모집 운영시스템 • 청약과정에서의 서명방식	• 고객 전달정보의 명확성·적법성 담보 장치 • 화상모집과정 접속 기록(Audit trail) • 화상모집기록(End-to-End recording) * 녹취·녹화는 소비자 동의를 전제로 함 • 보안시스템 점검, 모집인 교육 등	• 공공장소에서의 접속 유약: 개인정보 보호 • 화상회의 로그인 링크 진위여부 확인 • 화상회의 로그인 전 면책조항 주의 • 판매과정 기록 동의 절차 * 녹취·녹화 거부권리 보유

○ 일본과 홍콩의 감독당국 모두 화상통화를 통한 보험모집 시 개인정보보호를 위한 통제장치를 마련토록 하고 있다는 점에서는 동일하지만, 화상통화를 통한 보험모집이 가능한 판매상품 및 대상은 차이가 있음

- 일본과 홍콩 금융당국 모두 전자매체를 통한 보험모집과정에서 나타날 수 있는 개인정보 유출, 사이버보안 사고, 시스템 오작동 방지 등을 위해 본인확인, 사이버 보안관리 구축을 선결요건으로 제시함¹⁸⁾
- 일본 금융청은 화상통화를 통한 보험모집과정에서 판매상품을 제한하고 있지 않으나, 홍콩은 투자형 보험상품의 경우는 동 방식을 통해 판매하는 것을 제한하고 있음¹⁹⁾
 - 일본 금융청은 '21년 보험업법시행규칙 및 감독지침 개정을 통해 전자적 방법에 의한 보험계약 설명서 교부대상 범위를 확대함으로써 화상통화를 통한 보험모집이 가능한 상품이 늘어나게 되었음²⁰⁾
- 일본은 감독당국이 화상통화를 통해 보험모집이 가능한 소비자를 제한하고 있지 않으며, 홍콩은 지역 내 거주자에 한해 화상통화를 통한 보험모집을 허용함²¹⁾
 - 홍콩의 경우 지역 내 거주자로 모집대상을 한정하고 있으며, 보험회사가 특정 고객군을 대상으로 화상모집을 실시하고자 할 경우 'Insurtech Sandbox' 신청 과정에서 기재하도록 함²²⁾
 - 한편, 일본 Manulife의 경우 고령층이 청·장년층보다 화상회의 방식에 익숙하지 않을 수 있다고 판단하여, 보험모집의 적정성 차원에서 화상통화모집이 가능한 연령을 20~69세로 제한하기도 함²³⁾

17) 화상모집과정의 녹화 또는 녹음기록은 청약종료 후 최소 7년 보관을 원칙으로 하며, 보험감독청 동의하에 기간이 단축될 수 있음

18) オンラインで完結する新たな本人確認方法と非対面取引の本人確認の厳格化

19) 保険業監管局, 經中介人遙距視像投保(https://www.ia.org.hk/tc_chi/digital_onboarding/virtual/introduction.html)

20) 종전에는 변액보험, 외화보험, 전환계약 등 같은 일부 보험계약의 경우 고객에게 전자적 방식을 통한 정보제공이 허용되지 않아 화상통화를 통한 보험가입이 제한을 받았으나, '21년 보험업법 시행규칙 개정, 감독지침 개정으로 고객의 승낙을 얻은 후 전자적 방법에 의한 중요 사항 설명이 가능해짐(보험업법 시행규칙 11조 1항 6호, 227조의 2 제4항, 234조의 21의 2 제2항)

21) 保險業監管局, 經中介人遙距視像投保(https://www.ia.org.hk/tc_chi/digital_onboarding/virtual/introduction.html)

22) 홍콩의 일부 보험회사는 65세 이상, 교육수준이 초등학교 이하인 고객에게는 영상통화를 통한 보험모집이 적용되지 않음을 명시하고 있음

23) マニユライフ生命(2020. 9. 10), 「マニユライフ生命、オンライン面談」の導入による非対面での保険申込みを開始

〈표 2〉 일본과 홍콩의 화상통화를 통한 보험모집 규제의 차이점

구분	규제 근거	사이버 보안	판매상품	판매대상
일본	보험회사 종합 감독지침	구축 필요	보험회사 자율적 선택	보험회사 자율적 선택
홍콩	Insurtech Sandbox	구축 필요	투자형상품 제외	지역 내 거주자



4. 시사점

- 화상통화를 활용한 보험상품 판매가 허용될 경우, 밀레니얼세대, Z세대 등 Digital Native 세대로의 고객층 이동, 시간 및 공간적 제약으로부터의 이점 등을 고려해 볼 때 대면채널의 기능을 보완하면서 성장할 것으로 보임
 - 지금까지 대면 설계사가 담당해왔던 모집방식은 시간적·공간적 제약을 받아왔으나 화상통화를 통한 보험모집은 이 같은 문제를 해소할 수 있으며, 장기적으로는 설계사 채널이 AI방식의 보험모집으로 진화할 가능성이 있음
 - 현재, 보장성상품을 취급하는 금융상품판매대리·중개업자(TM 및 CM 모집종사자 제외)는 일반금융소비자와 만나지 않고 중요사항을 설명하는 행위가 금지되고 있음(「금융소비자 보호에 관한 감독규정」 제22조 7항)²⁴⁾

〈그림 4〉 설계사 채널의 진화 방향



자료: U.S. Bureau of Labor Statistics, "Occupational Outlook Handbook- Insurance Sales Agents"; 保険ONLINE(<https://hokenonline.com>); PROPERTYCASUALTY 360(2019. 9. 18), "Why AI is set to shake up the insurance industry"

- 또한, 화상모집은 판매자와 고객 간 상호작용 증진이나 고객의 상품이해도를 높일 수 있을 것으로 기대됨
 - 기존 CM모집에서의 판매자와 소비자 간 실시간 의사소통 한계점을 개선할 수 있으며, 시각적 자료가 병행된다는 점에서 음성전달만 이루어지는 TM모집 방식보다 고객의 상품이해도를 높일 수 있음
 - 화상통화를 통한 보험모집은 모집인과 고객이 상호작용을 취할 수 있다는 점에서는 기존의 대면설계사를 통한 보

24) 다만, 다음 두 요건을 모두 충족하는 경우 '고객 대면의무' 규정을 예외적으로 인정함. ① 「보험업감독규정」 제4-36조제6항에 따른 표준상품설명대본에 따라 설명할 것, ② 해당 금융상품을 취급하는 금융상품직접판매업자가 가목에 따른 설명내용이 녹취된 전자파일을 통해 해당 설명내용이 「보험업감독규정」 제4-36조제6항에 따른 표준상품설명대본과 일치하는지를 확인하고 그 전자파일을 보관할 것

험모집의 특성과 비대면방식의 TM모집의 특성을 공유하고 있음

○ 다만, 화상모집 과정에서 우려되는 사생활 침해 문제를 관리하기 위한 장치를 마련할 필요가 있음

- 모집투명성 확보의 차원에서 상담과정을 녹화하거나 녹취할 경우 사생활 문제, 초상권 침해 논란이 있을 수도 있음
- 결국, 보험모집과정에서의 고객편의성을 제고하면서 사생활 침해 문제를 해소하기 위한 방안 마련이 요구됨
 - 국내 금융당국에서는 음성전화 시 ‘녹음’하는 것처럼 ‘녹화’를 하는 경우 사생활침해 우려 등 거부감이 커서 로그 기록 보관, 소비자 제공화면 보관 등 별도의 소비자 보호장치 마련을 고려 중임²⁵⁾

25) 금융위원회 보도자료(2021. 5. 17)

〈부록 표〉 일본 생명보험회사의 화상통화를 통한 보험모집 사례

유형	회사명	도입 시점	화상통화를 통한 보험모집 방식 및 절차
화상통화를 통한 온라인상담 후 우편 등을 통한 청약절차 진행	스미토모생명	'20년 9월	• ZOOM을 활용한 온라인상담 진행
	Manulife	'20년 9월	• 취급 상품 및 판매대상: 전 보험상품, 20~69세 - Microsoft Teams를 통한 온라인상담 후 청약서 우편 배송 - 계약체결 후 본사에서 소비자에게 전화 확인
화상통화를 통한 온라인상담 후 온라인상에서 청약절차 완결	Prudential	'20년 4월	• '20년 6월 온라인상담·청약 완결 시스템 도입 - 중요사항 설명서, 고지서, 입금의뢰서 등을 이용자에게 사전 송부 - 온라인상담을 통해 신청내용, 고지내용 등 주의사항 설명 - 소비자 동의 확인 후 영업직원이 이용자 대신 입력절차 진행 - 이용자는 PC, 스마트폰 등을 통해 입력내용을 확인 서명
	AXA 생명	'20년 4월	• '21년 1월 전자신청에 의한 원격영업 시작 - 판매자가 온라인상담을 통해 소비자에게 청약절차 화면을 보여주며 설명답변을 실시 - 소비자는 본인의 화면에서 신청내용을 확인하고 체크 - 소비자는 전자서명 입력 후 청약절차 완료
	소니생명	'20년 6월	• 이용자 본인이 웹브라우저 화면에서 공지사항 등을 입력 • 이용자의 스마트폰 등 카메라 단말기에서 청약서의 자필서명 촬영
	SOMPO 히마와리생명	'20년 12월	• 판매상품: 의료보험, 소득보장보험 - 모집인은 소비자에게 사전에 계약개요·주의사항 정보 등을 송부하고, 소비자는 제안내용을 확인 - 모집인이 E-mail을 통해 URL을 전송하고, 소비자는 온라인상담 및 청약절차에 대한 '설명 동영상'을 사전에 시청함 - 온라인상담·화면공유 기능을 통해 청약절차 등을 설명 - 소비자는 직업, 공지사항 등을 확인·입력하고 서명
	아사히 생명보험	'20년 8월	• '21년 4월, 온라인상담 후 웹 청약 시스템 개선 - 모집대상 : 피보험자와 계약자가 동일한 경우, 기존 계약자 및 동거가족, 모집인과 1회 이상 면담경험이 있는 자 - 모집인이 '이용자 전용 사이트 URL'을 E-mail 또는 SMS로 전송 - 소비자는 발송된 URL을 통해 로그인 한 필요사항 등을 입력
	취리히생명	'21년 1월	• 모집인이 소비자에게 필요한 데이터 작성 후, URL을 이용자 스마트폰으로 SMS(Short Message Service) 전송 • 두 단계 인증을 통한 본인 확인 및 자필서명 절차 진행
	타이요생명	'21년 1월	• 스마트폰을 활용한 인터넷 완결형 생명보험에 원격컨설팅 기능 조합

자료: 大沼 八重子(2021. 6), “オンライン面談を活用した保険募集-規制等を中心に”