



# 대형 법인대리점의 상품비교설명 실효성 제고방안

변혜원 연구위원, 박선영 연구위원

- 최근 설계사 500인 이상 대형 법인대리점의 상품비교설명 의무를 강화하는 보험업감독규정 개정안이 확정되었음. 동 조치는 소비자 선택의 폭을 넓혀주어 소비자의 필요에 부합하는 상품을 선택할 수 있도록 돕는 점에서 의의가 있음. 금번 조치가 실효성 있는 소비자보호 조치가 되기 위해서는 비교항목 및 형태의 표준화, 고객의향파악 및 비교추천사유 기록 의무화 등의 보완조치들이 필요할 것으로 보임.
  
- 최근 대형 법인대리점 영업행위의 공정성 및 투명성을 제고하기 위한 「보험업감독규정」 개정안이 확정됨에 따라 상품비교가능성 제고 및 특정 회사상품 구매 강요행위의 금지조치가 마련될 예정임.<sup>1)</sup>
  - 금융기관보험대리점에 적용했던 상품비교설명제도를 소속 설계사 500인 이상인 대형 법인보험대리점(GA)에 확대 적용함(2017년 4월 1일 시행).
    - 상품비교설명제도란, 대리 또는 중개계약을 체결한 보험회사의 같은 종류 또는 비슷한 보험상품 중 3개 이상을 비교·설명하고, 이에 대한 확인서를 받도록 하는 제도임.
  - 또한 소속 설계사가 100인 이상인 법인보험대리점에 대해 추가적인 업무기준을 마련하였는데, 보험계약자의 의사에 반하여 다른 보험회사와의 계약을 강요하는 행위를 금지함.<sup>2)</sup>
  
- 동 개정 규정은 대형 법인대리점이 자신의 이해관계에 따라 특정상품 구매를 강요하는 행위를 감소시키고, 독립대리점이 가질 수 있는 장점인 상품비교가능성을 제고하는 효과를 가져 올 것으로 기대됨.
  - 동 조치는 판매채널의 불건전 영업행위를 개선하기 위해 발표한 “보험상품 판매채널 정비의 단계적 추진(2015. 8. 27)”의 연장선상에 있음.

1) 금융위원회·금융감독원 보도자료(2016. 9. 27), “대형 법인보험대리점(GA)의 업무 공정성·투명성을 제고하여 보험소비자 보호를 한층 강화하겠습니다.”.  
 2) 이 밖에도 보험회사와 대형 법인대리점 간의 부당거래행위를 금지하는 내용 등을 포함함.

- 보험상품 판매채널 정비방안은 업계 스스로의 자정노력, 시장질서 교란행위 규제 강화, 판매채널 제도 전면 재정비의 순서로 제시됨.

- 기존 판매채널 규제가 대형 법인대리점과 일반 전속설계사 간의 특성 차이를 반영하지 못함에 따라, 대형 법인대리점의 특성을 반영한 판매채널 규제의 필요성이 제기되어 왔음.

■ 그러나 금번 조치가 상품의 비교가능성을 높여 궁극적으로 소비자가 자신의 필요에 부합하는 상품을 선택하도록 돕는 실효성 있는 제도가 되기 위해서는 몇 가지 보완책이 필요할 것으로 판단됨.

- 소비자가 이해하기 어렵거나, 소비자의 필요가 반영되지 않은 형식적인 상품비교설명 의무 이행은 소비자의 정보에 기초한 의사결정에 도움이 되지 않을 것이기 때문임.

■ 첫째, 소비자가 보험상품을 쉽게 비교할 수 있도록 표준화된 형태와 항목으로 비교정보를 제공하는 방안을 고려할 필요가 있음.

- 금융감독당국은 소비자가 보험상품 선택을 위해 비교해야 할 핵심 비교항목을 정하여 표준화된 방식으로 정보를 제시하도록 해야 할 것임.
  - 현재에도 보험료, 보장위험, 상품의 장·단점 등을 가지고 상품비교를 하고 있으나, 표준화된 항목이 있지는 않음.
  - 단기적으로 저축성 상품 비교는 방카슈랑스에서 사용하는 항목들을 참고하여 핵심 비교항목을 정할 수 있을 것이며, 보장성 상품 비교에 보장범위지수를 활용하는 방안을 고려할 수 있음.<sup>3)</sup>
- 장기적으로는 판매자가 조건검색이 가능한 플랫폼을 구축하여, 소비자가 원하는 조건에 따라 상품들을 선정하고 이를 비교하는 방식으로 나아가야 할 것임.
  - 이를 위해서는 보험상품에 대한 핵심 비교항목 정보도 검색 플랫폼이 활용하기 용이한 형태로 집적되어야 할 것임.

■ 둘째, 비교상품 중 특정 상품을 추천권유한 이유를 기록으로 남기고 계약자에게 제공하는 방안이 추가될 필요가 있음.

- 일본에서는 최근 독립대리점이 소비자에게 추천한 상품들 중에 특정 상품을 추천하는 이유를 계약자에게 설명하도록 의무화함(보험업법 제294조1항, 보험업법시행규칙 제227의2조3항4호)<sup>4)</sup>.

3) 보장범위지수는 다음과 같이 정의되는데, 보장금액이나 보장기간 등 보장수준이 높은 보험상품일수록 보장범위지수는 높아짐.  
 (보장범위지수) =  $\frac{\text{(해당 상품의 순보험료)}}{\text{(표준보장범위의 순보험료)}}$

- 영국 감독규정도 보험판매자로 하여금 소비자가 제공한 정보에 기초하여 해당 소비자의 의향과 필요를 확인하고 의향확인서(statement of demands and needs)를 제공하도록 함(ICOBS 5.2.2).
  - 투자형, 저축성보험 상품 판매 시 의무적으로 작성해야 하는 적합성보고서에는 소비자가 필요로 하는 사항, 추천권유 여부, 추천권유를 한 경우 해당 상품의 추천사유를 기재하여야 함(COBS 9.4.7). **kiri**

---

4) 일본에서는 2007년부터 모든 판매채널에 대해 소비자의 의향을 파악하고 소비자가 이에 맞는 보험상품을 구매했는지를 확인할 수 있도록 하는 의향확인 의무를 부과하고 있음(보험업법 제294조의2).