

정책세미나

**보험 모집 행위의 의미 및
범위에 대한 검토**

본 자료는 2018년 8월 27일 손해보험협회 연수실에서 개최된 심포지엄 『보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 검토』에서 논의된 내용을 정리한 것입니다.

CONTENTS

정책세미나

보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 검토

I. 개최 취지	5
II. 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 국내 사례	6
III. 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 해외 사례	10
IV. 보험 모집 행위의 판단 기준 제안	14

보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 검토

V. 토론내용 요약	16
1. 패널토론	16
「이성남」 (목포대학교 금융보험학과 교수)	16
「이욱」 (현대해상 법무실 실장)	16
「정찬묵」 (법무법인 세종 변호사)	18
「제종옥」 (김·장 법률사무소 전문위원)	19
2. 참석자 Q&A	20
「김성태」 (연세대학교 법학전문대학원 교수)	20
「오영수」 (김·장 법률사무소 고문)	20
「허연」 (중앙대학교 교수)	20
「한만영」 (히스보험중개 대표)	21
「박성원」 (법률사무소 광화 변호사)	21

I. 개최 취지

- 보험업법은 보험 모집 행위에 대해 엄격한 규제를 적용하고 있음
 - 보험 모집을 할 수 있는 자가 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사, 보험회사의 임직원으로 제한됨
 - 무자격자의 보험 모집 시 형사처벌 대상에 해당함
 - 보험회사나 모집종사자는 원칙적으로 무자격자에게 보험 모집을 위탁하거나 모집에 관하여 수수료, 보수, 그 밖의 대가를 지급하는 것이 금지됨
 - 이의 위반 시 행정제재 대상에 해당하며, 특히 모집종사자의 경우 그 위반 금액에 따라 업무정지나 등록취소 등의 중한 제재를 받을 수도 있음

- 그런데 보험업법은 보험 모집 행위에 대해 원론적인 정의 규정만 두고 있을 뿐, 그 구체적인 의미나 범위에 대해서 별도로 자세하게 정하고 있지 않음
 - 보험업법은 보험 모집에 대하여 “보험계약의 체결을 중개하거나 대리하는 것”으로 정의하고 있을 뿐임
 - 그러다보니 개별 사안에서 어떠한 행위가 보험업법의 규제를 받는 모집 행위에 해당하는지, 모집의 정도에는 이르지 않는 단순한 소개·안내 등의 행위인지 명확하게 구분하기 어려운 경우도 발생함

- 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 구체적 기준이 정립된다면, 법적 불명확성을 낮추고 예측가능성을 높일 수 있을 것임
 - 이에 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 국내 및 해외 사례를 살펴보고 이를 토대로 보험 모집 행위 해당 여부를 판단하기 위한 주요 기준을 제안해보고자 함

Ⅱ. 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 국내 사례

1. 보험업법상 보험 모집 행위 및 기타 행위

- 보험업법상 보험 모집은 보험계약의 체결을 중개하거나 대리하는 것을 의미하는데, 이 중 보험계약 체결의 중개와 관련해서는 상법상 중개 행위에 대한 해석론을 참고해볼 수 있음
 - 상법상 중개 행위에 대하여 학계에서는 계약의 당사자 쌍방과 교섭하여 그들 간에 계약이 체결되도록 조력하는 행위로서 이는 계약의 성립을 위한 '적극적 개입 행위'를 의미하는 것이라고 해석하고 있음
 - 단순히 당사자 일방에게 거래에 필요한 정보를 제공하거나 거래의 기회를 제공하는 것만으로는 중개에 해당하지 않는다고 보는 것임
- 보험업법상 보험 모집 행위와 구분되는 행위 유형으로 모집 광고 행위, 보험계약에 관한 사항의 비교·공시 행위가 있으며, 보험업법상 상담 또는 소개라는 용어를 별도로 사용하고 있는 경우도 있음
 - 보험업법은 보험회사 또는 모집종사자가 보험 상품에 관하여 광고를 하는 경우에 준수해야 할 사항들에 대해 별도로 규제하고 있음
 - 보험업법상 규제 대상이 되는 모집 광고 행위는 적어도 보험 상품 보장 내용의 특징이나 보험 상품의 가격 특성 등 보험 상품에 대한 내용을 포함하고 있는 경우를 전제로 함
 - 또한 보험업법은 보험계약에 관한 사항의 비교·공시 행위라는 개념을 별도로 인정하고 있음
 - 보험회사나 모집종사자 외의 자가 보험계약에 관한 사항을 비교·공시하는 것도 허용되기 때문에(다만 일정한 요건을 갖출 것이 요구됨), 보험업법은 비교·공시 행위를 보험 모집 행위와 구분하고 있다고 볼 수 있음
 - 다만, 모집 자격이 없는 자가 보험계약에 관한 사항을 비교·공시함에 있어서는 보험 협회를 통해 제공받은 모든 상품에 대해 비교·공시해야 하며 보험협회를 통해 제공 받은 정보만을 비교·공시해야 하는 것으로, 이는 특정 보험계약의 판매를 목적으로

한다기보다는 소비자에 대한 객관적인 정보 제공으로서 가능하다고 보아 정책적으로 인정해준 것으로 보임

- 따라서 만약 보험업법상의 요건을 갖추지 못한 비교·공시의 경우라면(예를 들어 모집 자격이 없는 자가 일부 보험회사의 상품들만 비교·공시하는 경우), 보험 모집 행위 해당 여부를 개별적으로 검토해볼 필요가 있을 것임

○ 보험업법은 금융기관보험대리점(방키슈랑스) 관련 조항에서는 상담 또는 소개라는 용어도 사용하고 있음

- 금융기관보험대리점은 그 금융기관 소속 임직원이 아닌 자로 하여금 모집을 하게 하면 안된다고 규정하면서, 나아가 보험계약 체결과 관련된 상담 또는 소개를 하게 하고 상담 또는 소개의 대가를 지급해서는 안된다는 점을 별도로 명시적으로 규정함 (보험업법 제83조 제2항)
- 위 조항에 대하여, 보험계약 체결과 관련된 상담·소개를 하게 하고 그 대가를 지급하는 것은 모집을 위탁하고 그 대가를 지급하는 것과 동일하게 평가할 수 있는 것이라고 해석하는 입장이 있을 수 있음
- 이와 달리, 모집과 별도로 상담·소개라는 용어를 사용하고 있는 점을 고려하면 모집에는 이르지 않는 단순한 상담·소개라는 개념이 있을 수 있다는 반대 해석도 가능함

2. 보험 모집 행위에 관한 판례

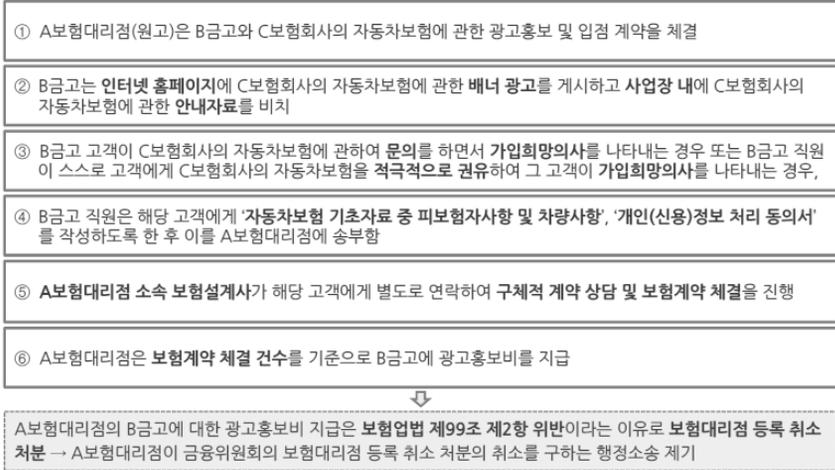
■ 서울행정법원 2015. 5. 28. 선고 2013구합62367 판결에서는 보험 모집 행위에 대해 일응의 판단 기준을 제시하고 있음

○ 위 판결에서는 모집 여부를 판단함에 있어 “거래당사자의 보호에 목적을 둔 법규정의 취지에 비추어 보험계약의 중개 또는 대리하는 자의 행위를 객관적으로 보아 사회통념상 거래의 알선·중개를 위한 행위라고 인정되는지 여부에 의하여 결정하여야 한다”는 원칙을 제시하였음

- 아울러, 보험 모집 행위에는 ① 보험계약 체결의 권유 등 보험계약의 유인 행위와 ② 보험 상품의 판매를 전제로 하는 보험계약 내용 설명 행위 등이 포함된다고 보았음

○ 법원은 아래 사안에서 B금고가 구체적인 상품 설명을 담당하지는 않았지만 전체적으로 보아 권유 행위를 하는 방법으로 보험계약 체결 과정에 관여한 것으로서 보험 모집 행위를 수행한 것이라고 판단함

그림 II-1 서울행정법원 2013구합62637 판결 사안의 사실관계



- 한편 모집종사자가 무자격자에게 모집에 관하여 대가를 지급하지 못한다고 규정하고 있는 보험업법 제99조 제2항의 적용 범위와 관련하여, 위 판결에서는 '모집 행위' 자체뿐만 아니라 '모집과 관련한 행위'에 대한 대가 지급까지 금지하는 것이라고 판단하였음
 - 그러나 보험업법 제99조 위반 시 중한 제재 처분을 받을 수 있다는 점 등을 감안하면 그 적용 범위를 지나치게 확대 해석하는 것은 옳지 않을 것이며, 위 조항은 기본적으로 모집에 대한 대가 지급을 금지하는 조항으로 해석하는 것이 타당하다고 생각됨

3. 보험 모집 행위에 관한 주요 유권해석 사례

- 보험계약 체결 실적에 비례한 광고비 지급 사안과 관련하여, 최근 유권해석은 행위의 실질에 따라 모집 행위 여부를 판단하는 입장인 것으로 이해됨
 - 어떠한 행위에 대해 보험계약 체결 실적에 비례하여 대가가 지급된 경우 과거 유권해석에서는 실질적으로 모집에 따른 이익을 배분하는 경우에는 보험업법 제99조 위반에 해당한다고 답변하였음
 - 그러나 최근에는 행위의 실질이 '모집'이 아닌 '광고'라면, 보험계약 체결 실적에 비례하여 광고 수수료가 지급되는 경우라 하더라도 이는 '모집'에 대한 대가가 아니라 '광고'에 대한 대가이므로 보험업법 제99조에 위반되지 않는다고 해석하고 있음
 - 이와 관련하여, 인터넷 포털에서 배너 광고 등을 단순히 게시하는 것은 보험계약을

직·간접으로 체결하거나 특정인에 대해 개별적으로 보험가입을 유도하는 적극적이고 개별적인 행위 요소가 없기 때문에 ‘모집’이 아닌 ‘광고’에 해당한다고 판단함

- 이처럼 행위의 실질에 따라 모집 대가인지 광고 대가인지를 구분하는 것이 타당하다고 생각됨
 - 물론 어떠한 행위에 대해 보험계약 체결 실적에 비례한 대가가 지급되는 경우 행위자로서는 실질적으로 보험 가입 권유까지 하게 될 개연성이 높아지므로 이를 규제할 필요성이 있다는 반론도 제기될 수 있을 것임
 - 그러나 정책적으로 이를 방지하고자 한다면 예컨대 광고비·소개비 등을 보험계약 체결 실적에 비례하여 산정하는 것을 입법적으로 금지하는 방법에 의할 것이지, 단지 보험계약 체결 실적에 비례하여 대가가 산정되었다는 사실만으로 해당 행위의 성격 자체를 모집으로 단정짓는 것은 타당하지 않을 수 있음

■ 지인 소개나 추천 행위와 관련해서는 기존의 유권해석들은 그에 대해 대가가 지급되는 경우에는 모집 행위에 해당될 소지가 크다고 보고 있음

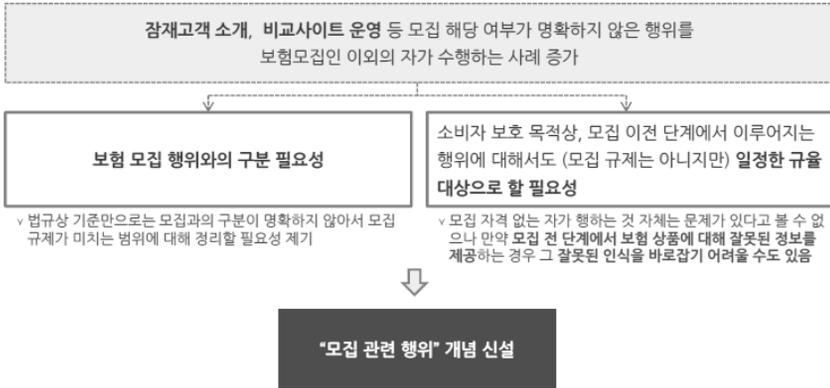
- 기존 보험계약자 또는 SNS 이용자 등이 지인을 보험회사에 소개하거나 지인에게 보험 상품을 추천하여 보험계약이 체결된 경우에 해당 보험계약자 등에 대하여 수수료를 지급하는 행위에 대하여, 이는 모집 행위에 해당될 소지가 크다고 판단하였음
 - 특히 금융기관보험대리점에 대한 조항인 보험업법 제83조 제2항을 거론하면서 소개에 대한 대가가 지급되는 경우에는 모집에 해당한다고 판단함
- 그러나 소개나 추천이라는 이름하에 다양한 행위가 이루어질 수 있으므로, 먼저 해당 행위의 실질을 살펴서 모집에 해당하는 정도의 행위가 있었는지를 따져볼 필요가 있다고 생각됨
 - 금융기관보험대리점 사안에서는 모집에 해당하는지 여부가 다소 애매하더라도 소개에 대한 대가 지급이 명시적으로 금지되는 것이 맞지만(보험업법 제83조 제2항), 금융기관 보험대리점이 아닌 사안에서는 모집의 정도에 이르는 행위가 있었는지 여부를 열심히 따져볼 필요가 있을 것임(보험업법 제99조)

Ⅲ. 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 해외 사례

1. 일본

- 일본에서는 금융청(金融庁)의 감독지침을 통해 보험 모집 행위의 유형에 대하여 설명하고 있음
 - 일본 보험업법상 보험 모집이란 “보험계약의 체결의 대리 또는 매개”를 의미한다고 정의하고 있음
 - 이와 관련하여 일본 금융청의 「보험회사에 대한 종합적인 감독지침」에서는 보험 모집 행위에는 ① 보험계약 체결의 권유, ② 보험계약 체결의 권유를 목적으로 한 보험 상품의 내용 설명, ③ 보험계약 신청의 수령, ④ 기타 보험계약 체결의 대리 또는 매개라는 4가지 유형이 있다고 설명하고 있음
 - 위 ④의 ‘기타 보험계약 체결의 대리 또는 매개’에 해당하는지 여부는, 보험회사·보험 모집인 등으로부터 보수를 받는 경우나 보험회사·보험모집인과 자본 관계를 가지는 경우 등 보험회사·보험모집인이 행하는 모집 행위와 일체성·연속성을 추측하도록 하는 사정이 있을 것과 구체적인 보험 상품을 추천·설명할 것이라는 두 가지 요건에 비추어 종합적으로 판단함
- 한편 일본 금융청은 2015년에 감독지침 개정을 통해 ‘모집 관련 행위’라는 개념을 새롭게 도입하였다는 점을 주목할 만함
 - ‘모집 관련 행위’란 잠재고객의 발굴에서부터 계약 성립에 이르기까지 넓은 의미에서의 보험 모집 프로세스 중에서 보험 모집에 해당하지 않는 행위를 의미함
 - 넓은 의미에서의 보험 모집 프로세스 중에서 잠재고객 소개나 비교사이트 운영 등 모집에 해당하는지 여부가 명확하지 않은 행위들이 널리 행해지고 있어서 모집 규제가 미치는 범위에 대해 정리할 필요성이 있다는 점, 또한 모집 자격이 없는 자가 일부의 역할을 담당하는 것 자체는 반드시 문제가 있다고는 볼 수 없지만 소비자 보호를 위해 일정한 규율 대상으로 할 필요성이 있다는 점을 고려하여 도입된 것임

그림 III-1 일본에서의 ‘모집 관련 행위’ 개념 도입 배경



- ‘모집 관련 행위’는 모집에는 해당하지 않으므로 모집 규제는 적용되지 않으며, 모집 관련 행위자에 대해서도 별도의 규제는 없음
- 다만, 모집 자격 없는 자에게 모집 관련 행위를 위탁하는 보험회사나 모집종사자에게 모집 관련 행위자를 관리·감독할 의무를 부과함
 - 보험회사나 모집종사자로서는 모집 관련 행위자가 보험 모집을 수행하지는 않는지, 보험 상품에 대한 잘못된 설명이나 부적절한 평가를 하지는 않는지 등을 관리·감독해야 함
- 일본 금융청 감독지침에서는 보험 상품의 추천·설명 없이 단지 잠재고객의 정보를 보험회사나 모집인에게 제공할 본인 행위, 비교사이트 등 상품 정보의 제공을 주된 목적으로 한 서비스 중 보험회사나 모집인으로부터의 정보를 옮겨 싣는 것에 그치는 행위를 모집 관련 행위의 예시로서 제시하고 있음

2. 미국

- 미국에서는 전미보험감독자협의회(NAIC)의 「보험모집인 면허 모델법」에서 보험 모집 행위에 대하여 정의하고 있음
 - 보험모집인 면허 모델법에 의하면 보험을 판매, 판매권유 또는 교섭하기 위해서는 라이선스가 필요함

그림 III-2 미국 보험모집인 면허 모델법상 보험 모집 정의 조항

판매 (Sell)	보험회사를 대신하여 어떠한 대가를 받고 보험계약을 교환하는 행위 (Exchange a contract of insurance by any means, for money or its equivalent, on behalf of an insurance company)
판매권유 (Solicit)	보험의 판매를 시도하거나 또는 어떤 사람으로 하여금 특정 회사의 특정 종류의 보험에 청약하도록 요청 또는 설득하는 행위 (Attempting to sell insurance or asking or urging a person to apply for a particular kind of insurance from a particular company)
교섭 (Negotiate)	특정 보험계약의 급부나 계약조건에 관하여 보험계약자 또는 기망고객과 직접 상의하거나 그들에게 직접 조언을 제공하는 행위로서, 다만 해당 행위를 하는 자가 직접 보험을 판매하거나 보험계약자를 위하여 보험회사로부터 보험을 조달해오는 경우 (Conferring directly with or offering advice directly to a purchaser or prospective purchaser of a particular contract of insurance concerning any of the substantive benefits, terms or conditions of the contract, provided that the person engaged in that act either sells insurance or obtains insurance from insurers for purchasers)

- 또한 NAIC는 보험모집인 면허 모델법 실무지침을 마련하여 모집 행위와 보험모집인 라이선스가 필요하지 않은 단순 사무 행위에 대해 구체적으로 예를 들어 설명하고 있음
 - 이에 의하면 보험계약 조건에 대한 언급 없이 일반적인 정보만 제공하는 행위, 보험모집인에게 전달하기 위해 보험계약자로부터 정보를 수령하고 기록하는 행위 등은 모집이 아닌 단순 사무 행위라고 보고 있음

■ 한편 모집에 해당하지 않는 소개 행위를 보험모집인 라이선스가 없는 자가 수행하는 경우에 그에게 지급하는 소개비와 관련하여 별도의 규제를 하고 있는 주들도 있음

- 예를 들어 뉴욕주 보험법에 의하면 모집의 정도에 이르지 않고 특정 보험 상품의 계약 조건에 대한 논의를 포함하지 않는 단순한 소개 행위의 경우에도, 그 소개에 대한 대가를 보험계약 체결 실적에 기초하여 산정하는 것이 금지됨

3. 영국

■ 영국의 「규제대상행위에 대한 명령」에서는 보험 모집 관련 규제대상행위의 구체적 유형에 대하여 정하고 있음

- 영국 금융서비스시장법에 의하면, 영국 내에서 규제대상행위를 영업으로 수행하기 위해서는 인가를 받거나 인가 면제 대상에 해당해야 함
- 「규제대상행위에 대한 명령」에서는 규제대상행위의 구체적 유형을 정하고 있는데,

보험 모집 등과 관련해서는 ① 대리인으로서 보험계약을 취급하는 행위, ② 보험계약에 대한 거래를 주선하는 행위, ③ 보험계약의 관리 및 이행을 지원하는 행위, ④ 보험계약에 관하여 조언하는 행위, ⑤ 위 행위들을 약정하는 행위가 규제대상행위에 포함됨

■ 영국 금융감독당국(FCA)은 각 규제대상행위 유형에 해당하는지 여부에 대한 구체적 판단 기준을 제공하고 있음(PERG, Chapter 5, 「Guidance on the Insurance Mediation Activities」)

- 보험계약에 대한 거래를 주선하는 행위 자체가 규제대상행위에 해당하기 때문에 원칙적으로 규제대상행위에 포함되는 범위가 비교적 넓은
 - 보험모집인에게 고객을 소개시켜 주는 행위, 보험계약에 관한 정보를 제공하는 행위, 잠재적 보험계약자가 청약서를 작성하는 것을 도와주는 행위, 가격비교사이트에서 보험회사 또는 모집인의 링크를 제공하여 고객이 보험계약을 체결할 수 있는 수단을 제공하는 행위 등도 원칙적으로는 규제대상행위의 범위에 포함될 수 있음
- 다만 이러한 규제대상행위를 영업으로서 수행하는 경우만을 규제하고 있으며, 아울러 다양한 예외사유나 면제사유도 함께 두고 있음
 - 예컨대 보험 모집 행위가 아닌 본업을 수행하면서 해당 본업에 부수하여 보험계약자 또는 잠재적 보험계약자에게 정보를 제공하는 경우, 당사자들이 의사소통할 수 있는 수단만을 제공하는 경우 등은 예외사유에 해당함

그림 III-3 영국 PERG상 규제대상행위 분석표(예시)

행위	규제대상행위 여부	근거
정보의 수동적 게시 행위(대가 지급 여부 불문)	X	• 단순한 정보 게시는 규제대상행위 아님
고객에게 보험회사·보험모집인을 추천하고 보험회사·보험모집인의 연락처를 제공하는 행위	O	• 원칙적으로 주선 행위에 해당할 수 있음 • 다만 본업에 부수한 정보 제공 예외사유 있음
보험회사·보험모집인에게 고객의 연락처를 제공하는 행위	O	• 정기적·계속적으로 이루어지는 고객 소개는 주선 행위에 해당할 수 있음 • 본업에 부수한 정보 제공 예외사유 적용 없음 (위 예외사유는 고객에 대한 정보 제공에 한정)
고객과 특정 종류의 보험의 필요성이나 필요한 담보 수준에 대해 논의하는 행위	X	• 원칙적으로 이 정도는 주선 행위에 해당한다고 보기 어려움 • 다만 해당 사안에서 전체적으로 판단 필요
특정 보험계약의 조건을 설명하거나 다수의 보험계약의 조건을 비교하는 행위	O	• 원칙적으로 주선 행위에 해당할 수 있음 • 다만 본업에 부수한 정보 제공 예외사유 있음
잠재적 보험계약자의 청약서 기재를 도와주는 행위	O	• 주선 행위에 해당
내용 확인 및 보험회사와의 전달을 위해 보험계약자가 작성한 청약서를 수령하는 행위	O	• 주선 행위에 해당

IV. 보험 모집 행위의 판단 기준 제안

- 어떠한 행위가 보험 모집 행위에 해당하는지에 대한 판단 기준을 정함에 있어서는, 행위의 실질, 규제 필요성, 법체계와의 정합성 등을 고려하여야 할 것임

그림 IV-1 보험 모집 행위의 범위 확정 시 고려 사항

행위의 실질	<ul style="list-style-type: none"> • 해당 행위를 객관적으로 보았을 때 사회통념상 보험계약의 성립을 위한 적극적 개입 행위가 있었다고 볼 수 있는지 ▽ 판례상 기준 및 상법상 중개 행위에 대한 해석론 참고
규제의 필요성	<ul style="list-style-type: none"> • 만약 해당 행위가 모집 자격을 갖춘 자에 의해 적절하게 수행되지 않을 경우 불안전판매 등 소비자 피해가 발생할 우려가 있는지 ▽ 보험업법상 모집 행위 규제의 입법 취지 고려
법체계와의 정합성	<ul style="list-style-type: none"> • 보험업법상 보험 모집 행위 및 모집과 구분되는 행위 유형들에 대한 규정의 체계 및 내용에 부합하는지 ▽ 보험계약에 관한 비교·공시 행위와의 구분 등

- 위 사항들을 고려하여 보험 모집에 해당한다고 볼 수 있는 핵심적인 유형으로서 ① 보험계약 내용의 설명 행위, ② 보험계약 체결의 권유 행위, ③ 기타 특정 보험계약 체결을 위한 적극적 개입 행위로서 보험 모집 자격이 있는 자가 행하지 아니하면 소비자 피해가 생길 우려가 있는 행위를 제안함

그림 IV-2 보험 모집 행위의 판단 기준 제안

보험계약 내용의 설명 행위	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 보험 상품의 계약 조건 등 구체적인 내용에 대해 설명하는 행위 • 광고물의 수동적 게시, 보험업법규상 인정되는 비교·공시 행위와는 구분
보험계약 체결의 권유 행위	<ul style="list-style-type: none"> • 순수한 정보 제공인지 보험계약 체결의 권유인지 여부는 구체적 사안에서 행위자의 발언이나 게시물의 내용 및 정도, 보험계약자와 행위자와의 관계, 보험계약 체결 여부 결정에 미친 영향, 보험계약 체결 여부에 대한 행위자의 이해관계 등을 종합적으로 고려하여 판단
기타 특정 보험계약 체결을 위한 적극적 개입 행위로서 보험 모집 자격이 있는 자가 행하지 아니하면 소비자 피해가 생길 우려가 있는 행위	<ul style="list-style-type: none"> • 보험계약자의 청약서 등 신청서류 작성에 대해 설명해주거나 신청서류 작성을 도와주는 행위, 신청서류를 수령하고 그 내용을 확인해주는 행위 등

- 아울러, 보험 모집 행위에 해당하기 위해서는 기본적으로 특정 보험 상품, 또는 적어도 특정 보험회사의 특정 종류의 보험을 전제로 하는 경우여야 한다고 보는 것이 타당할 것임
 - 일반적으로 어떠한 종류의 보험이 필요하다는 정도의 설명이나 권유라면, 거래의 상대방이나 거래의 대상이 구체적으로 확정되지 않은 상태이기 때문에 계약의 당사자 쌍방과 교섭하여 계약의 성립을 위한 적극적 개입 행위를 했다고 보기는 어려울 것임

- 보험 모집과의 경계가 모호할 수 있는 사안을 예로 들어 보험 모집 해당 여부를 판단해보면 다음과 같음
 - 비교사이트 운영의 경우, 우선 보험업법규에 따라 요건을 갖추어 행해지는 비교·공시의 경우에는 모집 행위에 해당하지 않을 것임
 - 보험업법규에 따른 비교·공시에 해당하지 않는 비교사이트의 경우(예컨대 비교사이트와 제휴 계약을 체결한 일부 보험회사들의 상품에 대한 비교 정보만 제공하는 경우)에는, 비교사이트의 구성이나 게시 내용, 방식 등을 종합적으로 고려하여 모집 해당 여부를 판단해야 할 것임
 - 예컨대 비교사이트 운영자의 주관이나 판단이 개입하여 특정 보험 상품을 추천하거나 우선하는 듯한 표시를 하거나 특정 보험 상품의 선택에 영향을 미칠 수 있는 의견이나 가치 판단을 포함하고 있는 경우 등이라면 특정 보험 상품의 추천이나 가입 권유로서 모집에 해당할 가능성이 있을 것임
 - 지인 소개·추천의 경우에는 특정 보험 상품 또는 특정 보험회사의 특정 종류의 보험 상품을 추천하거나 설명하는 행위가 개입되었는지 여부에 따라 달리 판단할 수 있을 것임
 - 보험가입상황 진단 및 보험 추천 서비스의 경우에도, 특정 보험 상품 또는 특정 보험회사의 특정 종류의 보험 상품을 추천하는 것인지 아니면 일반적으로 어떠한 종류의 보험이 필요하다고 추천하는 정도인지에 따라 달리 판단할 수 있을 것임

- 그 밖에 입법론으로서 일본처럼 모집 관련 행위라는 개념을 새롭게 도입하는 방안, 미국 뉴욕주처럼 소개비 지급과 관련하여 별도의 명시적 규제를 도입하는 방안 등을 고려해볼 수 있을 것임

V. 토론내용 요약

1. 패널토론

「이성남」 (목포대학교 금융보험학과 교수)

- 보험업법상 ‘모집’의 개념이 매우 중요함
 - 보험업법상 모집 규제에는 자격에 대한 규제와 행위에 대한 규제의 2가지 측면이 있으며, 보험업법상 모집 규제 관련 조항들은 감독당국이 검사를 수행함에 있어 가장 많이 근거로 삼는 규정 중의 하나임
 - 보험업법상 모집의 개념을 사용하는 법 규정들이 산재해 있어서 그와 같이 산재해 있는 각 개별 규정에서 모집의 의미를 밝히는 것은 매우 중요한 작업임
- 보험업법상 모집의 개념을 해석함에 있어서는 조항에 따라 적용 범위를 달리 판단하는 것도 고려해볼 수 있음
 - 예를 들어, 무자격자에 의한 모집 금지 조항 등 위반 시 형사처벌이나 행정제재의 대상이 되는 경우에는 모집의 개념을 좁게 해석하는 것이 타당할 것임
 - 반면 모집 관련 손해배상책임에 대한 보험업법 제102조의 경우에는 모집의 범위를 확대해서 적용할 필요성도 있을 것임
- 발표자료에서 제시된 모집 행위의 판단 기준에 동의하며, 향후 보험 모집의 개념과 관련된 보다 심도 있는 논의와 연구가 계속되어 보험감독법규의 선진화를 기하여야 할 것임

「이욱」 (현대해상 법무실 실장)

- 모집 행위 또는 모집 행위 관련성의 의미 및 범위에 따라 형사처벌이나 행정처분, 손해배상책임 여부가 달라질 수 있으므로 이에 대한 보다 명확한

기준 정립이 필요할 것으로 보이며, 이러한 점에서 발표 주제 및 자료는 향후 실무와 입법 방향에 도움이 될 것으로 생각함

■ 보험업법에 의하면 무자격자의 모집 행위가 금지되는데, 모집과 광고의 준별을 위해서라도 모집 행위의 정확한 정의가 필요함

- 모집의 의미에 대해, 보험업법은 보험계약의 체결을 중개하거나 대리하는 것이라고 규정함(동법 제2조 제12호)
- 금융감독당국의 유권해석에 의하면 보험계약을 직·간접적으로 체결하거나 특정인에 대해 개별적으로 보험 가입을 유도하는 적극적이고 개별적인 행위를 말함(2017. 6. 23 금융위원회 법령해석 화신)
- 판례에 의하면 보험 모집 행위는 ① 보험계약 체결의 권유 등 '보험계약의 유인행위'와 ② '보험 상품의 판매를 전제로 하는 보험계약 내용 설명' 등이 포함된다고 하면서 구체적인 보험 상품의 설명 및 그 가입 설계를 담당하지 않았다고 하더라도 권유행위 등 모집의 다른 구성요소를 갖춘 이상 모집 행위에 해당한다는 입장임(서울행정법원 2015. 5. 28. 선고 2013구합62367 판결)
- 모집 행위의 형태 중 보험 가입을 유도하거나 보험계약의 체결을 권유·유인하는 행위는 그 기준 및 범위가 다소 불분명하여 확대해석될 여지가 있는데, 보험업법은 모집과 상담·소개를 구별하고 있으므로 단순한 상담 및 소개까지 모집에 포함시키는 것은 지나친 확장해석이라고 생각됨
 - 구체적 사실관계에 따라 불특정 다수인을 대상으로 하는지(광고 여부), 계약 체결에 따른 유·무형의 대가 등 이해관계가 존재하는지(목적성 여부), SMS 또는 이메일 문구, 행위자의 발언 등이 보험 가입을 촉구하는 것인지(적극성 여부) 등을 기준으로 판단해 볼 필요가 있을 것임

■ 모집 관련 불법행위책임에 대해 규정하고 있는 보험업법 제102조의 해석과 관련해서도 모집 행위의 의미 및 범위를 검토할 필요가 있음

- 판례는 위 조항과 관련하여, 외형적으로 관찰할 때 객관적으로 보아 보험모집인의 본래 모집 행위와 밀접한 관련이 있거나 유사하여 마치 그 모집 행위 범위 내에 속하는 것과 같이 보이는 행위도 포함하는 것으로 새겨야 한다는 입장(대법원 2006. 11. 23. 선고 2004다45356 판결)으로, 본래의 모집 행위보다 더 넓게 해석하고 있음

- 그러나 이미 보험계약 체결이 완료된 이후에 계약 내용을 일부 변경하는 경우까지 모집 행위에 해당한다고 보는 것은 지나친 확대해석일 수 있음

「정찬묵」 (법무법인 세종 변호사)

■ 보험업법과 판례에서 어떠한 행위가 보험업법상 ‘모집’에 해당하는지에 대한 명확한 기준을 제시하고 있지 않으므로, 이는 ‘중개’와 ‘대리’의 문구상 의미, 보험계약자 보호 필요성 등을 종합적으로 고려하여 판단하여야 할 것임

- 모집 해당 여부를 판단함에 있어서는 우선 모집(중개)의 문구상의 개념에 포섭될 수 있는 행위가 존재해야 할 것임
 - ‘보험계약 체결을 적극적으로 권유하거나 보험계약 체결 과정에 관여하는 행위’나 ‘보험계약의 내용, 보험상품에 대한 설명 등’ 모집(중개)의 문구상 개념에 포함될 수 있는 행위가 존재한다고 평가할 수 있어야 할 것임
- 모집 자격 관련 규제 위반 시 형사처벌, 과징금 대상이 되기 때문에 모집의 의미는 엄격하게 해석해야 할 것임
 - 보험 모집 자격이 없는 자가 모집을 하는 경우 형사처벌 대상에 해당하고, 보험회사가 모집을 할 수 있는 자 이외의 자에게 모집을 위탁한 경우에는 과징금 등 행정제재 대상에 해당함
 - 판례는 죄형법정주의의 원칙상 형사처벌의 구성요건에 해당하는 문구는 엄격하게 해석해야 한다고 판시하고 있고(대법원 2014. 5. 16. 선고 2011두29168판결 등 참조), 침익적 행정행위의 근거가 되는 행정법규의 경우 문언에 따라 엄격하게 해석하여야 할 필요가 있으며, 문언의 통상적인 의미를 벗어나 그 행정행위의 상대방에게 불리한 방향으로 지나치게 확장해석하거나 유추해석해서는 아니된다고 판시하고 있음(대법원 2013. 12. 12. 선고 2011두3388 판결 등 참조)
 - 이러한 원칙에 비추어 볼 때, 모집의 의미는 엄격하게 해석해야 할 필요가 있을 것임
- 보험 모집 자격을 규제하는 취지에 비추어 모집에 해당하는지 여부를 판단할 필요가 있음
 - 일정한 자격을 갖춘 전문가로 하여금 보험 상품을 판매하게 하도록 하여 보험 상품의 불안전판매로 인하여 초래될 수 있는 소비자 피해를 방지하고, 모집인에게 설명의무를 부과하여 보험 상품이 갖는 정보의 비대칭성을 해소하며, 불공정한 거래 또는 과도한 경쟁으로 인한 보험모집 질서가 교란되는 것 등을 방지하기 위한 취지를 고려해야 할 것임

- 모집 해당 여부를 판단함에 있어 채널별로 동일한 기준을 적용하기는 어려울 수 있다는 점도 고려할 필요가 있음
 - 과거와는 달리 홈페이지나 앱을 통한 추천, 비교·공시 등 새로운 유형의 마케팅 방법이 등장하면서 전통적인 대면 채널과 동일한 기준을 가지고 모집과 광고를 구분하는 것이 어려울 수 있으므로, 전통적 대면 채널과 새로운 채널에 대해 별도로 논의할 필요도 있겠음

「제증옥」(김·장 법률사무소 전문위원)

- 소비자의 보험 상품 구매 행태에 따라 모집 관련 규제, 범위 및 정도를 판단할 필요가 있음
 - 과거 판매자 중심의 전통적인 대면 채널에서는 모집의 범위를 넓게 해석하여 불완전판매 방지 등 소비자 보호를 강화할 필요성이 있음
 - 소비자가 보험 상품에 대한 정보의 접근성이 낮으며 판매자와 구매자 간 정보 비대칭 문제가 커서, 대부분의 구매자는 판매자의 권유에 의해 상품을 구매하는 경향이 있음
 - 반면, 인터넷과 전자상거래의 발달로 소비자가 직접 보험 상품에 대한 많은 정보를 획득하고 비교 구매하는 환경하에서는, 보험 모집보다는 보험 상품 광고, 상품 비교·공시 등 보험 모집의 전 단계인 “모집 관련 행위”에 대한 관리·감독의 중요성이 높아짐
 - 최근 소비자는 보험 상품에 관한 많은 정보를 신속하게 이해하고, 가격 투명성, 상품 비교 가능성 등 정보 제공의 투명성을 중요시하고 있음
- 보험 상품의 특성을 고려하여 모집 행위 규제 정도를 판단할 필요도 있음
 - 보장 내용이 간단한 소액보험(생활밀착형 손해보험, 여행자보험 등)에 대해 지나친 모집 규제를 하는 경우, 오히려 보험 가격 상승 요인으로 작용하여 소비자 부담을 증가시키고 시장 형성 자체를 어렵게 할 수 있음
- 이와 같이 보험 모집의 범위를 획일적으로 확정하기는 어려우며, 시장과 상품을 세분화하여 규제를 차등화하는 방안을 고려할 필요가 있을 것임

- 일본 사례와 같이 모집 행위와 모집 관련 행위로 이원화하여 각각에 맞는 규제 방안을 마련할 필요가 있으며, 보험 상품의 가격 및 특성을 고려한 규제 적용이 필요할 것임

2. 참석자 Q&A

「김성태」 (연세대학교 법학전문대학원 교수)

- 보험업법상 보험 모집 행위에 대한 정의가 구체적이지 않을 뿐만 아니라 모집과 구분되는 비교·공시 행위의 의미도 명확하지 아니하여, 향후 보험업법상 용어들을 명확하게 정비하는 작업이 필요하다고 생각됨
- 보험 모집이라는 개념을 4차 산업혁명시대에 맞추어 정의하고 일선에서 활용할 수 있도록 할 필요가 있음(AI와 빅데이터를 활용한 모집 등)

「오영수」 (김·장 법률사무소 고문)

- 향후 금융소비자보호법 체제하에서 보험의 특수성을 어떻게 반영할 수 있을지에 대한 고민이 필요할 것임
- 현재 금융소비자보호법이 국회에 계류 중이며 금융소비자보호법은 동일 기능 동일 규제 원칙을 적용하고 있는데, 그 경우 용어상으로는 동일하더라도 상품별 특성이나 관례 등이 다른 경우가 발생하므로 보험의 특수성을 어떻게 반영할지에 대한 고민이 필요함

「허연」 (중앙대학교 교수)

- ‘모집’이라는 광범위한 용어 대신 구체적인 용어로 수정하는 방안을 생각해 볼 수 있음
- 모집이라는 용어 대신 판매, 중개 등 구체적으로 규정하면 논란의 소지가 줄어들 수도 있을 것임

- 미국의 경우 'Insurance Producer'라고 하면 일반적으로 에이전트를 의미하고 브로커는 별도로며, 영국에서도 시장 자체가 다르므로 브로커를 별도로 다룸
- 일본에서 차용한 '모집'이라는 단어를 대체할 용어를 찾는 것이 필요함

「한만영」 (히스보험중개 대표)

■ 기업보험에 관한 개념과 규정이 필요함

- 현재의 법 규정이나 기존 연구들은 주로 개인보험에 초점을 맞추고 있으며 기업보험에 대한 고려는 부족함
- 향후에는 시장 중심적 관점에서, 소비자의 니즈 등을 고려한 연구도 이루어지면 좋겠음

「박성원」 (법률사무소 광화 변호사)

■ 근본적으로 모집 행위에 대한 규제가 왜 필요한가의 문제에 대한 고민부터 해 볼 필요가 있음

- 개별 규제들이 과연 왜 필요한지, 규제하지 않으면 소비자 피해가 발생하는 시안인지, 누구를 위해 규제를 해야 하는지 등 근본적인 고민도 해 볼 필요가 있을 것임

정책세미나

보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 검토

발행일 | 2018년 9월

발행인 | 한기정

발행처 | 보험연구원

주 소 | 서울시 영등포구 국제금융로 6길 38 (여의도동 35-4)

연락처 | 02-3775-9000

인쇄처 | 경성문화사 / 02-786-2999

Copyright@Korea Insurance Research Institute. All Rights Reserved.

