

금융소비자보호법의 도입과 정책과제

2019. 11

양승현·손민숙

머 리 말

2010년 이후 금융소비자보호를 위한 기본법 제정을 위해 입법안이 여러 차례 국회에 제출되었지만 현재까지 국회 통과에는 성공하지 못했다. 금융위원회가 2017년 정부안을 새로 발의한 후 최근까지 수차례에 걸쳐 금융소비자보호법의 조속한 제정에 관한 의지를 표명하면서 법 제정에 관한 기대가 높아지고 있다. 이 법안의 주요 특징은 권역 구분 없이 모든 금융 상품과 마케팅 활동을 그 속성에 따라 재정비하고 체계화함으로써 현재의 부문별 규제방식으로 인한 규제 사각지대 및 규제차익을 일소하고자 하는 데 있다. 이와 같이 전 권역을 아우르는 통합규제체계는 소비자보호를 위한 강점이 있으나, 입법 목적에 보다 충실히 부응하기 위해서는 각 금융권역의 상품 및 마케팅 활동의 특성을 반영할 필요가 있다.

본 보고서는 현재 국회에 제출된 정부의 입법안이 현재와 같거나 실질적으로 유사한 형태로 입법되는 상황을 전제하여, 보험산업 측면에서 고려되어야 할 특정 쟁점들에 관하여 분석하고 구체적 도입방안에 관한 단초를 제공하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 본 보고서에서는 현재 국회 계류 중인 정부안을 분석하여 보험 관련 쟁점을 파악하고, 그 중 영업행위 관련 3대 쟁점, 즉 (i) 보험판매인의 판매보수 고지, (ii) 금융상품자문업자의 대리·중개업 겸영, (iii) 보험상품에 대한 적합성·적정성 원칙 적용 범위에 관하여 해외 사례 조사를 수행한 후 시사점을 도출하였다. 본 보고서가 향후 입법 및 실행방안 수립과정에 활용되기를 기대한다.

마지막으로 본 보고서의 내용은 연구자 개인의 의견이며 우리원의 공식적인 의견이 아님을 밝혀 둔다.

2019년 11월

보 험 연 구 원
원장 안 철 경

■ 목차

요약 / 1

I. 서론 / 2

- 1. 연구배경 / 2
- 2. 선행연구 및 연구방법 / 4

II. 법안의 개요 및 보험 관련 쟁점 / 6

- 1. 금융소비자보호법(안)의 주요 내용 / 6
- 2. 보험 관련 주요 쟁점 / 10
- 3. 연구대상 쟁점 / 19

III. 해외 사례 연구 / 21

- 1. 미국 사례 / 21
- 2. 일본 사례 / 38
- 3. 영국 사례 / 46
- 4. 독일 사례 / 56

IV. 시사점 및 도입방안 / 63

- 1. 판매보수 고지 / 63
- 2. 금융상품자문업자의 대리·중개업 겸영 / 71
- 3. 적합성·적정성 원칙 적용 범위 / 76
- 4. 뗏음말 / 83

| 참고문헌 | / 84

■ 표 차례

- 〈표 II-1〉 금융소비자보호법(안)의 금융상품 재분류 / 7
- 〈표 II-2〉 금융소비자보호법(안)의 판매채널 재분류 / 7
- 〈표 II-3〉 금융소비자보호법(안)의 판매행위 규제 / 8
- 〈표 III-1〉 미국 생명보험 판매채널 현황(2017년 기준) / 24
- 〈표 III-2〉 미국 손해보험 판매채널 현황 / 24
- 〈표 III-3〉 주별 판매보수 고지요건 / 27
- 〈표 III-4〉 일본 생명보험 판매채널 현황(2015년) / 40
- 〈표 III-5〉 일본 손해보험 판매채널 현황(2015~2016년) / 40
- 〈표 III-6〉 손해보험상품 의향파악 절차 개요 / 44
- 〈표 III-7〉 영국 생명보험 판매채널 현황(2017년) / 48
- 〈표 III-8〉 영국 손해보험 판매채널 현황 / 49
- 〈표 III-9〉 독일 생명보험 판매채널 현황 / 57
- 〈표 III-10〉 독일 손해보험 판매채널 현황 / 58
- 〈표 IV-1〉 각국의 판매보수 고지 규제 / 63
- 〈표 IV-2〉 각국의 금융상품자문업자의 겸영 규제 / 71
- 〈표 IV-3〉 현 정부안과 2012년 정부안의 상품자문업자 규제 비교 / 73
- 〈표 IV-4〉 각국의 적합성 원칙 내지 유사규제 정리 / 77
- 〈표 IV-5〉 금소법·현행법령의 적합성 원칙 비교 / 79

Establishment of the Framework Act on the Protection of Financial Consumers and Policy Issues

Since 2010, legislative bills to establish the framework act to protect financial consumers have been proposed several times by the government and the congress members, but yet to succeed in parliamentary passage. As the Financial Services Commission recently emphasized on the importance of the passage of its bill proposed in 2017, the expectation for the new framework act is heightened. The main feature of the bill is to reorganize and systemize financial products and marketing activities from all financial sectors by their attributes to eliminate regulatory blind spots and regulatory arbitrage caused by current way of regulating each financial sectors separately. This approach of unified regulation over all financial sectors has its strength, but needs to reflect specific considerations to accommodate the difference of characteristics of each sector's product and marketing activities to better serve its legislative purpose.

This study purports to provide insights into the specific issues to be addressed in light of insurance industry in case the proposed government bill were to pass the parliament in its, or substantially similar to, the current form. To this end, this study analyzes the bill to identify the key issues to be considered, and conduct research on the cases of overseas countries, and propose details of measure focusing on the 3 major issues regarding insurance marketing activities, namely, (i) disclosure of compensation by insurance intermediaries, (ii) dual hatting of financial advisors and insurance intermediaries, (iii) scope of application of suitability principle to insurance products.

요약

금융통합법률로서의 금융소비자보호법(안)은 규제공백으로 인한 소비자피해 방지를 위해 현재의 권역별 규제체계에서 전 권역을 아우르는 동일 기능·동일 규제체계로의 전환을 예정하고 있다. 금융통합법률의 실효성을 위해서는 각 권역별 특성이 고려되어야 하는 바, 보험에 관해서는 도입과정에 다음을 포함하여 상품 및 영업행위의 특수성이 면밀히 검토될 필요가 있다. 첫째, 판매인의 수당고지 의무는 소비자에게 판매인의 경제적 유인을 알려 권유의 편향성을 경계토록 한다는 것이지만, 소비자를 위하여 행위하는 보험중개사와 달리 보험대리점 등은 보험회사로부터 모집업무를 위탁받은 자로서 법적 지위가 상이하다. 또한, 보험상품은 수수료 체계의 특성상 이해 가능한 형태의 고지가 어렵고, 소비자의 주된 관심사항(보장내용 및 보험료)이 아닌 정보의 제공으로 오히려 소비자의 혼란을 초래할 수 있는 점 등을 고려하여 그 범위를 정할 필요가 있다. 둘째, 금융상품자문업자는 소비자를 위하여 객관적이고 전문적 자문을 제공하는 자이고, 보험대리점 등은 보험회사를 위하여 모집행위를 하는 자로서 겸영은 그 자체로 이익의 충돌이 발생한다. 비교법적으로도 이를 방지하기 위해 여러 규제조치들이 이루어지는 점을 고려할 때 원칙적 겸영 금지 내지 판매수당 수취 금지 등 이해 충돌 방지책이 보완되어야 한다. 셋째, 투자상품(장래 수익을 위한 위험감수)을 전제로 마련된 협의의 적합성 원칙(권유금지)을 보험상품(장래 위험회피를 위한 위험이전)에 널리 적용하는 것은 신중을 기할 필요가 있다. 보험판매는 소비자에게 위험을 환기하여 대비토록 하는 기능이 있는데, 획일적 규제 적용은 소비자에게 필요한 보장의 권유 활동을 위축시키는 등 과소보장의 우려 및 과도한 개인정보수집으로 인한 문제가 있을 수 있다.

I. 서론

1. 연구배경

금융위원회 위원장은 올해 신년사에 이어 지난 4월 18일 개최된 금융소비자보호 종합방안을 발표하는 자리인 금융소비자 간담회에서 금융소비자보호 관련 법적·제도적 기반을 구축하기 위한 금융소비자보호법의 조속한 제정 필요성을 재차 피력했다.

금융소비자보호 관련 법안은 2010년경부터 규제 사각지대 해소 및 형평성 제고를 위해 개별 금융법에 산재되어 있는 소비자보호 관련 규제를 통일적으로 규율하는 기본법이 필요하다는 의견이 제기되면서 여러 차례 의원입법 및 정부제안 형식(2012년 7월 처음 제출)으로 제출된 바 있다. 그러나 소비자보호 수준 및 금융소비자보호기구와 관련된 금융감독체계 등에 관해 각계의 견해가 엇갈리면서 국회를 통과하지 못하고 임기 만료로 폐기되는 등 현재까지 법제화에 이르지 못하고 있다. 현재 국회에는 2017년 5월 23일 국회 제출된 정부안(이하, ‘금융소비자보호법(안)’ 또는 ‘2017년 정부안’이라 함)을 포함한 총 5건의 금융소비자보호 관련 법안이 발의되어 있으며, 이번 금융소비자보호법(안)에는 그간 논란의 대상이 되어 온 금융감독기구와 분리된 금융소비자보호기구의 설치에 관한 내용이 포함되지 않았다.

2017년 정부안은 금융상품판매업자 등의 영업행위준수사항을 중심으로, 금융분쟁 조정에 관한 사항은 물론 금융소비자보호에 관한 정책을 일관되게 추진할 수 있는 제도적 기반으로서 금융소비자정책 종합계획수립, 금융교육 지원 등에 관한 규정을 담고 있다.

동 법안의 입법예고에 따르면 위 법안의 제안목적은 금융소비의 전 과정, 즉 사전 정보제공-판매행위 규제-사후구제 강화로 이어지는 포괄적이고 통합적인 금융소비자

보호 체계를 구축하고 금융상품 및 판매행위 속성을 재분류·체계화하여 매트릭스 방식으로 동일 기능·동일 규제체계를 도입함으로써 권역별 규제체계하에서 문제로 지적된 규제공백·규제차익을 방지하기 위함이다.

사전정보제공이란, 상품비교, 자문 등을 통해 금융소비자가 거래에 임하기 전에 충분한 정보를 제공함으로써(정보비대칭의 시정) 소비자의 선택권을 높인다는 것이고, 판매행위 규제란, 영업행위 규제를 체계화하고 강화하여 금융회사 스스로 불완전판매나 과잉대출 방지를 위해 노력하게 한다는 것이며, 사후구제 강화는, 금융회사의 불완전판매 등으로 손해를 입은 소비자의 권익을 보호하기 위해 금융분쟁 조정 절차 등을 개선한다는 것이다.

2017년 정부안은 국내외적인 금융소비자보호 요구에 대응하여 금융소비자를 보호하고, 규제차익 없이 금융회사에 대해 효율적인 감독권을 행사하기 위한 시도라는 점에서 의미가 있으나, 그 구체적인 방법론이나 방향성에 대해서는 견해가 갈리고 있다. 금융소비자보호법의 조속한 제정을 촉구하는 견해들도 있으나, 다른 한편으로는 현재와 같은 업권별 규제체계하에서도 충분히 금융소비자보호를 위한 제도개선 및 조치들이 가능하다는 시각도 존재하며, 또 다른 한편에서는 금융통합법률에 권역별 상품이나 영업행위의 특성이 충분히 고려되지 않을 경우 목표하는 소비자보호의 효익에 상반되는 역효과가 발생할 수도 있다는 신중론도 제기되고 있다.

국회에서 감독기구 개편방향에 대한 내용을 포함한 수정안을 내놓을 가능성도 거론되는 가운데, 본고에서는 2017년 정부안 중 금융소비자보호를 위한 규제 및 피해구제 제도를 중심으로 제정안의 내용을 살펴보고 그간 정부, 학계 및 보험업계에서 논의되어 온 쟁점 사항에 관해 보험산업에의 적용문제를 살펴보고자 한다.

본 연구는 금융통합법률의 필요성을 논하고자 하는 것이 아니다. 금융소비자보호법(안)이 현재와 유사한 형태로 국회를 통과된다는 가정하에 개별 규제가 보험산업에 적용할 때 동 법안이 목적하는 바, 즉 소비자선택권 신장 및 공정하고 신뢰성 있는 영업행태의 정착을 실질적으로 구현하기 위한 주요 쟁점별 세부방안에 대해 검토하고 제언해보고자 한다.

2. 선행연구 및 연구방법

2012년 7월 국회에 정부의 금융소비자보호 기본 법안이 제출된 이래 다수의 유사법안이 국회에 제출되면서 법안의 내용과 쟁점에 관해 많은 연구가 이루어져 왔다(이후록 2018; 이재목 2017; 전한덕 2017; 이형욱·맹수석 2016; 안수현 2014; 전욱 2014; 박종림 2013; 노태석 2013, 권순현 2013; 정유성 2012 등).

이러한 연구들은 대체로 우리나라 금융소비자보호체계 내지 제출된 금융소비자보호 기본 법안의 전체적 체계 및 내용에 관하여 분석한 후 동 법안의 사전적 보호제도 및 사후적 구제제도들이 소비자보호에 갖는 기여에 관해 평가하면서 전체 체계 내지 세부쟁점에 관한 비판을 수행하거나 추가적 소비자보호 방안을 제안하고 있다. 예컨대, 핀테크업의 금융소비자보호법 포섭 규제(이후록), 대부업의 규제대상 포섭 및 징벌적 손해배상제도 도입(이재목), 보장성 보험에 관한 적합성·적정성 원칙의 확대 적용 비판(전한덕), 금융소비자보호기구 설치 및 분쟁조정기구의 편면적 구속력 인정(이형욱·맹수석), 독립금융상품자문업자의 독립성과 전문성 확보 및 집단분쟁처리절차 마련(안수현), 과징금, 징벌적 손해배상제도 및 불이익 처분 강화, 독립된 금융소비자보호 전담기구 설립(전욱) 등이다.

그 밖에 금융소비자보호법안 관련 세부 쟁점에 주안점을 둔 연구로는 소비자피해를 막기 위한 금융상품 개입규칙의 도입(김용재 2017), 위법계약 해지권 제도의 민사법적 함의 및 보완방안(이상훈 2017), 금융상품자문업의 독립성 확보 및 이해상충 방지(안수현 2016), 설명 의무 및 적합성 원칙 등의 보험상품에의 적용(한창희 2011) 등에 관한 연구가 있었다.

선행연구들을 살펴보면 금융통합법률로서의 금융소비자보호법에 관하여 논의하는 내용이 다수이며, 권역별 특성을 반영한 세부 도입방안에 관하여는 현재 시점에서 구체적 연구가 필요한 부분이 많음을 알 수 있다.

이에 본 연구는 금융소비자보호법(안) 중에서 보험산업의 특성을 고려할 때 입법과정에서 특별히 고려해야 할 쟁점들을 선별하여 비판적으로 검토하고 바람직한 도입방안에 관해 제언하고자 한다.

2장에서는 금융소비자보호법(안)의 개요 및 보험 관련 쟁점에 관해 개관해보고, 3장에서는 그 중 보험 영업행위에 영향이 클 것으로 예상되는 (i) 판매보수 고지, (ii) 금융상품자문업자의 금융상품 대리·중개업자 겸영, (iii) 보장성 상품의 적합성·적정성 원칙 적용범위에 관해 미국, 일본, 영국, 독일의 사례를 살펴본 후, 4장에서는 해외 사례의 시사점을 도출하고 국내 논의 및 법률적 정합성을 고려한 바람직한 도입방안에 대한 제언으로 마무리하고자 한다.

판매보수 고지 범위 및 금융상품자문업자의 겸영 관련해서는 기존에 체계적으로 조사 정리된 자료가 많지 않아 해외자료 및 관련 법조항을 조사 및 정리하였으며, 보험상품 관련 적합성·적정성 원칙 적용범위는 한기정 외(2014), 이상우(2007) 등 기존에 조사된 자료를 참고하여 각국의 최근 개정사항을 반영하고, 시사점을 도출하기 위한 측면에서 관련 법률 및 입법배경에 관한 조사·분석을 수행하였다.

II. 법안의 개요 및 보험 관련 쟁점

1. 금융소비자보호법(안)의 주요 내용

가. 금융업권별 규제체계에서 기능별 규제체계로 전환

1990년대 이후 금융거래가 증가하고 금융상품의 구조가 복잡해지면서 금융상품 간의 경계가 모호해지고 서로 다른 업권의 금융회사 간에 유사 금융상품을 두고 경쟁하는 현상이 확산되어 왔다. 이처럼 금융겸업화가 진전되면서, 업권별로 허가받은 주된 영업행위(보험회사의 경우, 보험상품 판매)를 중심으로 규제하는 현행 규제체계로는 규제공백 및 규제차익이 발생하게 되고, 이는 곧 소비자피해 및 시장왜곡으로 이어질 수밖에 없다는 비판론이 대두되었다. 금융소비자보호법(안)은 이에 대한 대응으로, 금융소비자의 입장에서 금융상품과 판매행위를 그 속성에 따라 재분류·체계화하여 동일 기능에 동일 규제가 이루어지도록 함으로써 개별 법률에 산재하거나 규정 자체가 없어(규제차익/규제공백) 금융소비자보호가 불균형하거나 불가능한 경우를 해소하고자 한다.¹⁾

1) 전옥(2014), p. 246

1) 금융상품 및 서비스 재분류(동 법안 제3조)

〈표 II-1〉 금융소비자보호법(안)의 금융상품 재분류

구분	개념	대상(예시)
보장성	보험업법상 보험상품 및 이와 유사한 것으로서 대통령령으로 정하는 것	보험상품 등 * 변액보험 포함
투자성	자본시장법상 금융투자상품 및 이와 유사한 것으로서 대통령령으로 정하는 것	펀드 등 금융투자상품, 신탁상품 * 보험사 발행 사채 등 자기발행증권 해당
예금성	은행법상 예금 및 이와 유사한 것으로서 대통령령으로 정하는 것	예·적금 등
대출성	은행법상 대출 및 이와 유사한 것으로서 대통령령으로 정하는 것	대출 및 신용카드 등 * 보험약관대출 등

자료: 국회정무위원회(2017), p. 33의 표를 토대로 일부 추가 작성함

2) 판매채널 재분류(동 법안 제4조, 제11조)²⁾

〈표 II-2〉 금융소비자보호법(안)의 판매채널 재분류

구분	개념	대상(예시)
직접 판매업자	대리·중개업자를 거치지 않고 금융소비자에게 직접 금융상품을 판매	은행, 보험사, 저축은행 등 금융회사
판매 대리·중개업자	금융회사와 금융소비자의 중간에서 금융상품 판매를 중개하거나 금융회사의 위탁을 받아 판매를 대리하는 자	투자권유대행인, 보험설계·중개사, 보험대리점, 카드 모집대출인 등
자문업자	금융소비자가 본인에게 적합한 상품을 구매할 수 있도록 자문을 제공	투자자문업자

자료: 국회정무위원회(2017), p. 25

나. 사전 정보제공 - 소비자 선택권 강화 및 불완전판매 예방

금융상품판매대리·중개업자에게 수수료·보수에 대해 고지(동 법안 제25조)하도록 하고, 금융위원회가 금융상품의 유형별로 금융상품의 주요 내용을 비교 공시(동 법안

2) 기존의 금융회사와 판매채널은 별도 인허가, 등록절차 없이 동 법상 금융상품판매업자 등으로 간주함

제36조)할 수 있도록 하여 소비자의 합리적 상품선택을 용이하게 한다.

또한, 금융상품자문업을 신설(동 법안 제26조)하여 일반인들이 전문적 자문을 받을 수 있게 하여 정보의 비대칭 문제를 해결하고자 한다. 자문업자는 자신이 ‘독립금융상품자문업자’인지 여부, 자문을 제공하는 금융상품의 범위 등을 고지해야 하며, ‘독립금융상품자문업자’인 경우 이해상충 방지를 위하여 한 경영 금지·임직원 자격 제한 규정(동조 제2항 각호) 및 금융상품판매업자로부터의 대가수취금지(동조 제3항) 등이 적용된다.

다. 판매행위 규제 및 제재 강화 - 불완전판매 방지

개별 금융업법상 판매행위 규제를 총망라하여 6대 판매행위 원칙(적합성 원칙, 적정성 원칙,³⁾ 설명 의무, 불공정영업행위 금지, 부당권유금지, 광고규제)을 규정하고 있다(동 법안 제16조 내지 제21조).

〈표 II-3〉 금융소비자보호법(안)의 판매행위 규제

구분	개념	대상(예시)
적합성 원칙	금융소비자의 재산상황 등에 비추어 부적합한 상품의 계약 체결 권유 금지	모든 유형
적정성 원칙	금융소비자가 자발적으로 구매하려는 상품이 해당 소비자의 재산상황 등에 비추어 적정하지 않을 경우 고지 및 확인 의무 부여	대출성, 투자성, 보장성 상품
설명 의무	금융소비자가 반드시 알아야 할 상품의 주요 내용을 설명	모든 유형
불공정영업행위 금지	소비자의 의사에 반하여 다른 상품계약 강요, 부당한 담보 요구, 부당한 편익 요구 등 금지	대출성 상품 등
부당권유 금지	단정적 판단 또는 허위사실 제공 등 금지	모든 유형
광고규제	금융상품 광고 시 필수포함/금지행위 규제	모든 유형

자료: 금융위원회 보도자료(2016. 6. 27), “금융소비자보호 기본법 제정안 입법예고”, p. 5 표 참조함

- 3) 입법예고 단계에서는 적합성 원칙을 ‘부적합한 상품의 구매권유 금지’로, 적정성 원칙을 ‘부적정한 상품에 대한 고지’로 지칭하였으나, 법제처 심사과정에서 타 입법례에 따라 수정된 것으로 보임. 양자 모두 금융소비자가 자신의 소득, 재산상황, 투자경험 등에 비추어 부적절한 금융상품을 구매하지 않도록 방지하는 것이 목적이거나, 전자는 부적합한 상품의 권유를 금지하는 적극적인 의미인 반면, 후자는 상품이 소비자의 목적 등에 부합하지 않는다고 판단되는 경우 이를 소비자에게 알려야 한다는 소극적 의미라 할 수 있음

투자성 상품이 아닌 보장성 상품에 대해서도 원칙적으로 적합성 원칙 및 적정성 원칙을 적용하며, 판매행위 원칙을 위반할 경우, 과태료 또는 과징금(적합성 원칙 및 적정성 원칙 위반 제외) 부과, 손해배상책임 입증책임 전환(적합성 원칙, 적정성 원칙, 설명 의무 위반 시), 위법행위 해지권 부여(광고 규제 제외) 등을 제재 내지 효과를 규정한다.

아울러, 소비자의 현저한 재산상 피해가 발생할 우려가 있을 경우, 해당 금융상품의 판매금지 등을 명령할 수 있다(동 법안 제54조).

라. 청약 철회권, 위법계약해지권

보장성, 대출성, 투자성 상품 및 금융상품자문에 관한 계약에 대해 일정기간 내에 철회권이 부여되며(동 법안 제51조), 광고규제를 제외한 판매행위 규제 위반 시 일정기간⁴⁾ 내에 소비자는 계약해지를 요구할 수 있다(동 법안 제52조). 이는 소비자가 원치 않는 계약 내지 위법한 계약에서 용이하게 벗어날 수 있도록 소비자의 권리를 강화하는 것이다.

마. 사후 권리구제 강화

분쟁조정 실효성 제고를 위해 분쟁조정 과정에서 금융회사가 제소할 경우 법원이 소송을 중지할 수 있도록 하고(동 법안 제45조), 2천만 원 이하 소액사건에 대해서는 분쟁조정 절차 완료 전 금융회사의 제소를 금지한다(동 법안 제46조).

금융소비자의 손해배상 관련 적합성 원칙, 적정성 원칙, 설명 의무 위반 시 금융상품판매업자 등이 고의·과실에 대한 입증책임을 부담토록 하고(동 법안 제48조), 금융회사에게 판매대리·중개업자에 대한 사용자책임을 부과한다(동 법안 제49조).⁵⁾

4) 5년 이내의 범위에서 대통령령으로 정하는 기간임

5) 금융회사(직접 판매업자)가 선임·감독 시 주의 의무 이행 및 손해방지 노력을 입증하면 면책이 가능함

2. 보험 관련 주요 쟁점

가. 보험상품 판매보수 고지

금융소비자보호법(안) 제25조(금융상품판매대리·중개업자의 고지 의무 등) ③ 금융상품 계약체결의 권유를 위하여 사용하는 안내자료 등에는 금융상품판매대리·중개업자가 금융상품 판매업자로부터 받는 수수료·보수와 그 밖의 대가의 내용 등을 명백하고 알기 쉽게 표기하여야 한다.

위 법안에 따르면 판매대리·중개업자(보험의 경우, 보험대리점, 보험설계사 등)가 보험회사로부터 보험모집의 대가로 수령하는 수수료·보수 그 밖의 대가 역시 고지의 대상이 되는데, 그 구체적 고지방법, 특히 금액의 고지 여부에 관해서는 견해가 나뉜다. 한편, 판매대리·중개업자가 보험회사로부터 수령하는 보수 외에 금융소비자 내지 계약자로부터 수취하는 보수도 존재할 수 있는데, 본고에서는 논의의 편의상 전자를 판매수당(Commission), 후자를 수수료(Fee), 양자를 통칭하는 경우 판매보수 내지 보수(Compensation)라 칭하기로 한다.

금융위원회는 판매수당 고지의 입법취지로 '모집인 등 판매업자는 더 많은 수수료를 받는 상품을 소비자에게 권유할 유인이 높고 소비자는 판매업자 유인 구조를 알 수 없어 권유를 그대로 받아들일 가능성을 감안'하였다고 밝힌바 있다.⁶⁾ 국내에서 이 쟁점에 관해 심도있게 다룬 문헌은 찾기 어려우나 그에 찬성하는 측의 주된 논거 역시 보험모집인이 소비자의 필요가 아닌 자신의 경제적 이익에 부합하는 상품(高 수수료·시책 등)을 권유할 유인이 있어 불완전판매가 발생할 수 있으므로, 판매유인(Motivation)에 대한 정보제공으로 소비자 선택권을 강화하자는 것으로 보인다.

반면, 금액 고지를 반대하는 측에서는 타 금융상품과 달리 보험상품은 장기상품이고 장래 위험보장을 급부로 하는 특성상 수당 체계도 타 금융권과 차별화되는 특성이 존재하는 바, 판매수당 고지 시 오히려 과잉정보로 소비자의 혼란이 가중되고 시장질서 교란의 우려가 있다고 한다.

6) 금융위원회 보도자료(2016. 6. 27), “금융소비자보호 기본법 제정안 입법예고”

연혁적으로 보면, 과거 2000년 초반부터 현재까지 영국에서 사회적으로 큰 논란의 대상이 되었던 신용생명손해보험(PPI: Payment Protection Insurance)⁷⁾ 불완전판매 사태⁸⁾에서 동 상품의 모집과 관련된 과도하고 불합리한 판매보수 체계가 불완전판매의 원인 중 하나로 지목된 바 있었다.

그러나 보험상품의 전문성, 복잡성을 고려할 때, 판매보수 관련 정보의 고지가 반드시 소비자의 선택권 강화로 이어질지에 관해서는 아직 검증되지 않았으며, 보다 많은 정보의 고지는 결국 정보 과잉으로 이어져 소기의 목적에 역행하는 결과로 이어질 수 있다는 비판론도 존재한다.

따라서 판매보수 고지의 범위는 소비자와 시장의 혼란을 초래하지 않는 범위 내에서 신중한 판단이 필요하다 사료되며, 주요국 입법례 및 운영사례 등을 통해 시사점을 얻을 필요가 있다.

7) 금융기관으로부터 대출을 받은 피보험자가 사망한 경우 미상환 대출금을 보상해주는 보험으로 해외에서는 이밖에도 Credit Consumer Insurance, Creditor Protection Insurance, Credit Life Insurance 등 다양한 명칭으로 불림

8) 영국의 PPI 상품은 오래 전부터 보편적으로 판매되어 왔으나, 2000년경부터 PPI 판매와 관련된 불완전판매 문제가 이슈화되었고, 영국의 금융당국은 2005년 이후 불완전판매를 한 은행 등이 소비자에게 보상해야 한다는 보상계획(Compensation Scheme)을 실행한 바, 2011년 1월~2016년경까지 지급된 금액만 255억 파운드에 달함. 영국 경쟁당국(Competition Commission)에 의하면, PPI상품 관련하여 보험회사들 간의 경쟁이 이루어져 합리적인 수준의 수익을 올리고 있었으나, 대출기관이거나 이와 연계된 판매채널이 경쟁의 부재로 초독점적 이익을 올리고 있다고 지적(2003년~2007년 기간 중 PPI 판매채널의 세전이익은 총 수입 보험료의 50~60%에 달하였음)함. PPI 상품 불완전판매는 (i) 대출 시 법적으로 PPI 가입이 필요한 것으로 오인케 하거나, (ii) PPI가 대출의 일부분이어서 대출을 받으려면 가입해야 하는 것으로 설명하거나, (iii) PPI를 가입하면 대출승인 가능성이 제고되는 것과 같이 믿게 하거나, (iv) 상품의 중요한 특성(수수료, 보험료 반환 등)을 설명하는 등의 방식으로 이루어짐. 영국 금융당국은 2011년 3월 24일 대출창구에서의 PPI 판매금지 등을 포함한 최종 시정명령을 발함

나. 금융상품자문업자의 대리·중개업 겸영

금융소비자보호법(안) 제26조(금융상품자문업자의 영업행위 준칙 등) ② 금융상품자문업자로서 “독립”이라는 문자 또는 이와 같은 의미를 가지고 있는 외국어 문자로서 대통령령으로 정하는 문자(이하 “독립문자”)를 명칭으로 사용하려는 자(이하 “독립금융상품자문업자”는 다음 각 호의 요건을 갖추어야 한다.

1. 금융상품판매업(자본시장법에 따른 투자일임업은 제외)과 그 밖에 대통령령으로 정하는 금융업을 겸영하지 않을 것

(중략)

③ 독립금융상품자문업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 해서는 아니 된다.

1. 금융소비자의 자문에 대한 응답과 관련하여 금융상품판매업자(임직원을 포함한다)로부터 재산상 이익을 받는 행위. (단서 생략)

2. 그 밖에 금융소비자와의 이해상충이 발생할 수 있는 행위로서 대통령령으로 정하는 행위

위 법안에 따르면 금융상품자문업자는 ‘독립금융상품자문업자’와 ‘그 밖의 상품자문업자’로 구분되며, 겸영 금지 및 이해상충 금지조항은 전자의 경우에만 적용된다. 즉, “독립”이라는 명칭을 사용하지만 않는다면 금융상품판매업이나 금융상품대리·중개업을 영위하는 자가 상품자문업자를 겸영할 수 있다는 것이다.

이와 관련하여 상품자문업자라는 명칭이 암시하는 객관성 및 전문성에도 불구하고 상품자문업자가 자신이나 자신의 다른 업무상 이해관계에 치우친 자문을 하게 될 가능성이 있어 이익충돌의 우려가 존재한다.

금융소비자보호법(안)이 금융상품자문업을 신설하는 취지는 “금융상품의 복잡·다양화 추세 및 저금리·고령화 시대의 도래로 자산관리 자문에 대한 수요가 증가하는 반면 규제 사각에 위치한 ‘금융투자상품 이외의 금융상품’에 대한 자문행위로 소비자 피해가 우려되는 측면에서 이해상충 방지 장치 및 소비자보호를 위한 규제체계를 갖추기 위해서”이다.⁹⁾ 특히 국회정무위원회(2017) 검토보고서는 소비자피해가 우려되는 구체적 예로서 일부 보험대리점 등의 자문서비스 제공 및 판매수당 수취 행위를 예시하고 있다.

그럼에도 불구하고 금융소비자보호법(안)은 입법예고안과 달리 겸영 금지 규정을

9) 국회정무위원회(2017), p. 27

삭제하고 독립금융상품자문업자가 아닌 일반 자문업자에 대해서는 겸영을 규제할 수 있는 근거를 두지 않고 있어 국회정무위원회(2017) 검토보고서 역시 보완 필요성을 지적하고 있다.¹⁰⁾

이와 관련하여, 금융상품자문업자의 겸영에 관해서는 독립금융상품자문업자만을 인정해야 한다거나(겸영의 금지), 겸영을 전면 금지하지 않더라도 소비자의 혼란 및 이해상충을 막기 위한 추가적인 장치를 마련하는 등 자문서비스의 독립성 확보방안이 필요하다는 주장이 제기되고 있다.

다. 보장성 상품에 대한 적합성·적정성 원칙 적용

금융소비자보호법(안) 제16조(적합성 원칙) ③ 금융상품판매업자들은 제2항 각 호의 구분에 따른 정보*를 고려하여 그 일반금융소비자에게 적합하지 아니하다고 인정되는 계약 체결을 권유해서는 아니 된다.

* 일반금융소비자의 연령, 부채, 자산, 소득 등 재산상황 및 계약 체결 목적

현행 보험업법상 변액보험에만 적합성 원칙이 적용¹¹⁾되고, 적정성 원칙은 적용되지 않으나, 금융소비자보호법(안)은 변액보험 외의 보장성 상품(보험상품)으로 적합성·적정성 원칙의 적용을 확대할 것을 예정¹²⁾하고 있어 구체적 적용 범위에 대해 견해가 갈리고 있다.

두 원칙의 준수는 금융회사가 ① 금융소비자의 연령, 계약 체결 목적은 물론 부채, 자산, 소득 등 재산상황에 대한 정보를 파악하고, ② 이를 토대로 해당 금융상품이 소비자에게 적합한지를 판단하여 금융상품을 권유하거나, 적정하지 않은 상품인 경우 이를 소비자에게 고지하는 두 단계로 구성된다.

적합성 원칙(Suitability Rule)은 본래 복잡다기한 금융투자상품에 존재하는 정보비

10) 국회정무위원회(2017), p. 31

11) 일반보험계약자에 대하여만 적용함

12) 금융소비자보호법(안) 제16조 제2항 제1호는 “‘보험업법 제108조 제1항 제3호에 따른 변액보험 등 대통령령으로 정하는 보장성 상품’에 대해 일반금융소비자의 연령, 재산상황(부채를 포함한 자산 및 소득에 관한 사항) 및 계약 체결 목적 등을 파악하여야 한다”고 규정하고 있음

대칭성으로부터 소비자를 보호하기 위하여 자기책임 원칙에 수정을 가한 것이라 볼 수 있다. 우리나라에서는 2007년 자본시장법에서 처음 도입되었고, 2000년대 이후 보험회사가 변액보험을 판매하면서 2010년 보험업법 개정 시 변액보험에 한해 적합성 원칙을 도입하였다.

금융소비자보호법(안) 제정을 계기로 금융소비자보호를 위해 이를 일반보험상품으로 적용 확대해야 한다고 보는 견해¹³⁾는 금융회사와 소비자 간의 정보비대칭성에 주안점을 두고 금융회사의 책임을 강화함으로써 소비자를 보호하고자 하는 것으로 이해된다.

보험상품은 판매 당시에는 무형의 급여 약속만 있을 뿐 지급사유가 발생해야 비로소 그 품질·성능을 알 수 있다는 특징이 있어, 소비자는 보험회사가 제공하는 정보에 의존하여 상품을 이해할 수밖에 없다.¹⁴⁾ 보험자와 보험계약자 간의 이러한 정보비대칭성은 보험상품이 복잡해짐에 따라 더욱 심화되고 있으며, 세계 각국에서도 보험자의 정보제공 의무를 강화하는 흐름에 따라 국내에서도 적합성 원칙의 적용범위를 확대할 필요가 있다는 것이다.¹⁵⁾

반면, 현재와 같이 투자성 있는 보험상품으로 제한되어야 한다는 견해¹⁶⁾는, 우연한 사고에 대비하여 다수 간의 위험분산을 목적으로 하는 보험상품을 원본 손실위험성을 안고 고수익을 얻고자 하는 투자상품과 동일하게 보아서는 안 된다는 것이다. (i) 과도하게 많거나, 부적합한 보험가입은 설명 의무 강화 또는 인수심사로 방지함이 바람직하고, (ii) 금융회사의 과도한 업무부담은 물론 소비자에 대한 과도한 개인정보 침해 소지 또한 우려되며, (iii) 획일적 규제로 소비자에게 필요한 보장의 권유까지 어려워져 소비자의 선택 폭이 제한되는 부작용이 우려되므로, 변액보험 외의 일반보험에 대한 적합성·적정성 원칙의 적용 확대는 신중을 기할 필요가 있다는 점 등을 이유로 한다.

13) 변액보험과 같은 투자성있는 보험상품은 물론, 연금상품 및 상품구조가 복잡한 상품들도 적용되도록 하고, 아울러, 부적합한 금융상품의 권유를 금지하는 소극적 원칙이 아니라 소비자에게 가장 적절한 금융상품을 권유해야 하는 적극적 원칙으로 기능할 수 있도록 광의로 규정하는 것이 바람직하다는 견해임; 안수현(2016), pp. 13~15

14) 한창희(2011), pp. 133~135

15) 한창희(2011)

16) 전한덕(2017), pp. 434~436

찬반 양론의 주장 모두에 일응의 타당성이 인정되는바, 소비자에 대한 과도한 정보 탐색 문제, 소비자의 도덕적 해이 방지 및 자기책임 원칙 등의 관점을 두루 고려하여 소비자보호라는 목적과 권유범위에 대한 제한이 균형을 이룰 수 있는 입법론이 필요하다.

한편, 국회정무위원회(2017) 검토보고서는 “적합·적정”은 추상적 개념이어서 수범자 입장에서 어떠한 행위가 법 위반이 되는지 알기 어려우므로 제정안에서 기준을 명확하게 할 필요성이 있다는 견해를 표명¹⁷⁾한 바 있다. 특히 적합성·적정성 원칙 위반의 효과로 제정안에서 과태료 부과를 규정하고 있는 점을 고려할 때, 법률에서 금지행위 기준을 보다 구체화할 필요가 있다고 지적하였다.

투자성 상품의 경우에도 어떤 소비자에게 어떤 상품을 권유하는 것이 적합하지 않은지 구체적으로 판단하기는 쉽지 않다. 예컨대, 연령이 적은 사람이 거액의 투자를 하고자 할 때, 적은 연령이 긍정적 판단 요소인지 부정적 판단 요소인지 관점에 따라 판단이 다를 수 있다.

일반보험상품의 경우에는 이러한 기준이 더 모호해질 것이므로, 법령상 명확한 판단기준 제공이 필요하다. 위험전가라는 보험의 특성상, 어떠한 보장이 필요한지, 어느 정도로 필요한지는 주관적 위험회피 성향에 따라 결정되므로, 제3자가 재산상황 및 연령이라는 외적 조건을 통해 판단하기 어렵다. 예를 들어, 재산과 소득이 적기 때문에 미래에 대한 불안감으로 많은 보장을 받고자 하는 소비자가 있을 수 있다.

17) 국회정무위원회(2017), pp. 39~40

라. 금융분쟁 조정 시 소송중지 및 소액사건 소송이탈금지제도

1) 소송중지 제도

금융소비자보호법(안) 제45조(소송과의 관계) ① 조정이 신청된 사건에 대하여 신청 전 또는 신청 후 소가 제기되어 소송이 진행 중일 때에는 수소법원은 조정이 있을 때까지 소송절차를 중지할 수 있다.

금융소비자보호법(안)은 분쟁조정 사건에 대해 법원에 소가 제기되면 “법원이 소송 절차를 중지할 수 있다”라고만 규정하여 국회정무위원회(2017) 검토보고서는 법원이 소송중지 여부를 일정 기한 내 통보하도록 보완하는 방안을 제시하고 있다.¹⁸⁾

위 법안은 법원의 소송중지를 임의적으로 규정하고 있어 법원이 소송을 중지할지 여부를 결정하지 않는 한 분쟁조정절차의 지위가 불안정해지는 문제가 있다고 지적되고 있다.¹⁹⁾

2) 소액사건에 대한 소송이탈 금지

금융소비자보호법(안) 제46조(소액분쟁사건에 관한 특례) 조정대상기관은 소액분쟁사건*에 대하여 조정절차가 개시된 경우에는 조정안을 제시받기 전에는 소를 제기할 수 없다.
* 일반금융소비자가 신청한 사건으로, 주장하는 권리·이익의 가액이 2천만 원 이하일 것

여기에 대해서는 분쟁조정제도의 실효성 확보를 위한 제도개선으로 긍정적으로 평가하는 견해가 다수이나,²⁰⁾ 비록 한시적이지만 금융회사의 제소를 금지하는 것이므로 금융회사의 재판청구권을 제약하는 문제를 지적하는 견해도 존재한다.²¹⁾

18) 국회정무위원회(2017), pp. 76~77

19) 유사입법례로 환경분쟁조정법 제45조는 재정이 신청된 사건에 대해 소송이 진행 중일 때는 수소법원이 소송절차를 중지할 수 있고, 법원이 소송절차를 중지하지 않으면 재정절차를 중지하게 되어 있음

20) 김주영(2016), p. 4; 이형욱·맹수석(2016), p. 223; 전한덕(2017), pp. 447~448

21) 국회정무위원회(2017), pp. 78~79

특히 금융분쟁 조정사건의 80% 이상이 2천만 원 이하인 현실²²⁾을 고려할 때 대부분의 사건에서 소제기가 금지된다는 문제가 있다. 특히, 약관 내용 관련 분쟁 등 소액 동일 유형의 사건이 다수인 생명보험회사의 경우, 개별 사건의 소가가 낮더라도 회사에 미치는 경영상 부담은 클 수 있다. 이처럼 재정적 영향이 커 금융회사가 법원에서 판단 받기를 원하는 경우까지 소송이탈을 금지하는 것은 오히려 소비자와 금융회사 양측 모두에게 시간과 비용의 낭비가 발생할 수 있다.

이러한 경우에 대비한 소액사건 특례에 대한 예외 규정 인정이나, 상품 특성에 따라 소액사건의 기준금액을 구분하는 방안에 대한 검토 등이 필요하다.²³⁾

마. 금융상품판매업자 등의 손해배상책임 관련

1) 고의·과실 입증책임 전환

금융소비자보호법(안) 제48조(금융상품판매업자들의 손해배상책임) ② 금융상품판매업자들이 제16조부터 제18조*의 규정을 위반하여 금융소비자에게 손해를 발생시킨 경우에는 그 손해를 배상할 책임을 진다. 다만, 그 금융상품판매업자들이 고의 및 과실이 없음을 입증한 경우에는 그러하지 아니하다.

* 적합성·적정성 원칙 및 설명 의무

적합성·적정성 원칙 및 설명 의무 위반 시 고의·과실 입증책임 전환 규정에 대해 ① 소비자보호를 위한 입법으로 긍정적으로 보면서도 소비자가 여전히 금융회사의 법 위반에 대해 입증해야 하므로 실익은 제한적이라는 평가²⁴⁾가 있는 반면, ② 입증책임 전환으로 인한 남소 및 금융회사 응소 부담을 우려하는 시각도 존재한다.

22) 국회정무위원회(2017), p. 79

23) 국회정무위원회(2017)

24) 김주영(2016), p. 36

2) 판매대리·중개업자에 대한 관리책임 및 사용자 책임 부여

금융소비자보호법(안) 제15조(금융상품판매업자등의 관리책임) ① 금융상품판매업자등은 임직원 및 금융상품판매대리·중개업자(보험중개사 제외)가 업무를 수행할 때 법령을 준수하고 건전한 거래질서를 해치는 일이 없도록 성실히 관리하여야 한다.

제49조(금융상품직접판매업자의 손해배상책임) ① 금융상품직접판매업자는 금융상품계약 체결등의 업무를 대리·중개한 금융상품판매대리·중개업자* 또는 보험업법 제83조제1항제4호에 해당하는 임원 또는 직원이 대리·중개 업무를 할 때 금융소비자에게 손해를 발생시킨 경우에는 그 손해를 배상할 책임이 있다. 다만, 금융상품직접판매업자가 금융상품판매대리·중개업자등의 선임과 그 업무 감독에 대하여 적절한 주의를 하였고 손해를 방지하기 위하여 노력한 경우에는 그러하지 아니하다.

* 보험업법상 보험중개사는 제외

금융회사에게 판매대리·중개업자에 대한 사용자책임을 부과²⁵⁾하는 것은 현행 보험업법 제102조와 유사하나, 현행 보험업법하에서도 논란이 되어 온 금융기관보험대리점 내지 대형 법인보험대리점에 대해서는 제정안에서 적용을 제외하는 것이 바람직하다는 견해가 있다.

금융기관보험대리점 및 대형화된 법인보험대리점은 보험회사와 지휘감독관계도 없고, 보험회사와 대등하거나 우월한 지위에 있을 뿐 아니라, 보험회사 이상의 규모와 손해배상 능력을 갖추었다.

이들의 경우까지 보험회사에 대해 관리책임 및 사용자책임을 지우는 것은 소비자 보호의 명분도 약할 뿐 아니라 오히려 1차적 책임이 보험회사에 전가되어 불완전판매를 증가시키는 요인이 될 수도 있다는 지적이다.

25) 보험업법상 보험중개사는 제외함

바. 위법계약의 해지요구권 관련

금융소비자보호법(안) 제52조(위법계약의 해지) ① 금융소비자는 금융상품판매업자등이 제16조제3항, 제17조제2항, 제18조제1항·제3항, 제19조 제1항 또는 제20조*를 위반하여...계약을 체결한 경우, 5년 이내의 대통령령으로 정하는 기간 내에 서면 등으로 해당 계약의 해지를 요구할 수 있다...

③ ...금융상품판매업자등은 수수료, 위약금 등 계약의 해지와 관련된 비용을 요구할 수 없다.

* 적합성·적정성 원칙, 설명 의무, 불공정영업행위 금지 및 부당권유 금지

위 법안은 적합성 원칙 등 판매규제 위반 시 5년 범위 내에서 소비자에게 불이익 없는 해지요구권을 부여하는 것으로, 계속적 거래에서 위법한 계약의 중도해지를 가능하게 하기 위한 것으로 평가되나, 위법계약의 범위가 넓고 지나치게 장기간 계약관계가 불안정한 상황에 놓이게 되는 것에 대해 우려하는 견해²⁶⁾가 있다.

또한, 보험업과 관련해서는 ‘수수료, 위약금 등 계약의 해지와 관련된 비용’을 어떻게 설정할 것인지 역시 문제된다. 보험계약은 보험계약자가 언제든지 해지가 가능하지만, 통상 해지 시에는 해약환급금만이 지급되기 때문이다.

3. 연구대상 쟁점

본고에서는 위 2.에서 서술한 쟁점 중에서 가.(판매보수 고지), 나.(금융상품자문업자의 대리·중개업 겸영), 다.(적합성·적정성 원칙의 적용 범위)의 쟁점은 소비자와 접점에서 작용하는 영업행위 규제에 관한 것이다. 한편, 라.(소송중지 및 소액사건 소송이탈금지제도), 마.(판매대리·중개업자에 대한 관리책임 및 사용자 책임 부여), 바.(위법계약 해지요구권)은 위법한 계약이 이루어진 경우 소비자의 권리구제를 강화하거나 위법한 계약으로부터 손실 없는 이탈을 가능케 하는 내용이다.

본고에서는 이 중 영업행위 규제에 해당하는 가. 내지 다.의 쟁점에 관하여 해외 사

26) 김주영(2016), pp. 39~40; 국회정무위원회(2017), pp. 103~105

례를 조사하여 시사점을 도출하고 국내 도입방안에 대해 제언하고자 한다. 금융소비자보호법(안)이 제정될 경우 보험산업에 나타날 가시적 변화는 소비자보호와 접점에서 작용하는 보험영업 현장에서 나타날 것이라 사료된다. 예컨대, 판매보수 고지는 기존 보험업법상 존재하지 않는 규제로서, 구체적 입법 내용에 따라서는 보험설계사들이 소비자에게 보험판매로 인하여 보험회사로부터 받게 될 보수 금액을 고지해야 할 수도 있다. 또한, 보장성 보험에 관하여 적합성 원칙이 적용된다면 보험설계사들은 보험 판매 전 소비자에게 상당한 양의 정보 제공을 요청하고 이에 기반하여 적합성을 판단하는 등 의무를 지게 된다. 또한, 해당 규제들은 금융소비자보호법(안)에서 새로이 도입하거나 현행 보험업법보다 규제범위를 확대하는 내용이므로 검토 필요성이 높다고 본다.

반면, 라. 및 바.는 위법한 판매가 이루어지는 경우 사후적으로 소비자의 권익을 강화하는 내용으로서 소비자의 개별적 권리실현에 영향을 미칠 것으로 보이나 상대적으로 산업 자체에 대한 영향은 크지 않을 것으로 보인다. 한편, 마.의 경우는 기존의 보험업법상 규제와 유사한 내용이어서 본고의 검토대상에서는 제외하였다.

위 2.에서 서술한 쟁점 외에도 보험산업의 특성을 반영한 도입방안을 도출하기 위하여 연구가 필요한 부분이 다수 존재한다. 본고에서 제외한 쟁점을 포함하여 다양한 쟁점에 관하여 향후 후속 연구가 이루어지기를 기대한다.

Ⅲ. 해외 사례 연구

1. 미국 사례

가. 금융소비자보호 체계

미국은 전형적으로 상품별·기관별 규제를 원칙으로 하는 금융규제체제²⁷⁾로, 미국에서의 금융소비자보호 법안은 포괄적으로 제정된 것이 아니라, 규제 대상 행위별로 특별법의 형태로 제정되었다. 예컨대, 대부행위와 관련된 대부진실법(Truth in Lending Act, 1968), 저축과 관련한 소비자보호를 규제하는 진실저축법(Truth in Saving Act, 1991), 증권 투자자 보호법(Securities Investor Protection Act, 1970) 등을 들 수 있다.²⁸⁾

그러나 2008년 글로벌 금융위기 이후 투자은행, 헤지펀드 등에 대한 감독의 공백으로 소비자보호가 미흡했다는 비판이 제기되었고, 금융감독체계의 문제점 해결을 위해 도드-프랭크 월가 개혁 및 소비자보호법(Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act, 이하 ‘도드-프랭크법’이라 함)이 제정되었다. 동법의 제정과 함께 금융안정감시위원회(Financial Stability Oversight Council)와 금융소비자보호국(Consumer Financial Protection Bureau)이 신설되었다. 금융안정감시위원회는 금융시장 전반의 시스템 위험을 관리하고 이에 필요한 금융감독기관 간 정보 공유 및 업무협조를 위한 총괄기능을 하는 등 거시금융감독이 주요업무이며, 금융소비자보호국은 연방준비은행 내에 있으나 독립적으로 운영되며 여러 감독기구에 분산되어 있던 금융소비자보호기능을 흡수 통합하여 금융소비자보호를 위한 규정 제정, 금융기관에

27) 안수현(2009), p. 73

28) 권순현(2013), p. 24

대한 검사 및 제재, 소비자민원, 금융교육 등을 담당한다.

한편, 도드-프랭크법에 대해서는 제정 당시부터 미국 금융회사에 부당한 규제적 부담을 지움으로써 국제경쟁력을 저해할 것이라는 비판이 존재하였으며, 선거 과정에서 도드-프랭크법의 폐지를 주장하였던 트럼프 대통령의 취임 이후 개편 논의가 전개되고 있다. 2017년 6월 금융안정감시위원회의 시스템적으로 중요한 금융회사(Systemically Important Financial Institution) 지정권한을 박탈하는 등 권한을 축소하고, 독립적 기구로서의 금융소비자보호국의 위상을 약화시키고 권한을 축소하는 등 도드-프랭크법의 주요 조항을 개정하는 내용의 금융선택법(Financial Choice Act)이 미 하원을 통과하였으나 법제화에는 이르지 못한 상태이다. 2018년 5월 이루어진 도드-프랭크법 개정 입법²⁹⁾은 특정 소규모 은행 및 신용협동조합에 관하여 일부 규제를 완화하고 소비자보호를 강화하는 등 비교적 소폭의 개혁에 그쳤다.³⁰⁾

그러나 보험회사는 원칙적으로 금융소비자보호국의 관할 대상이 아니며,³¹⁾ 보험산업의 경우 각 주마다 개별 보험업법을 통해 금융소비자를 보호한다.

나. 판매보수 고지

1) 보험판매채널의 구성 및 특징

미국 전미보험감독관협회(NAIC: National Association of Insurance Commissioners)이 마련한 보험대리점 및 브로커 면허에 관한 모델법(NAIC 210-1, Agents and Brokers Licensing Model Act, 이하 'NAIC 210-1 모델법'이라 함)³²⁾은 보험판매채널

29) 경제성장, 규제완화 및 소비자보호법(Economic Growth, Regulatory Relief, and Consumer Protection Act)

30) <https://fas.org/sgp/crs/misc/R45073.pdf>; <https://buckleyfirm.com/blog/2018-05-24/trump-signs-legislation-enacting-bipartisan-regulatory-relief-bill>; <https://www.proviti.com/US-en/insights/flash-report-economic-growth-regulatory-relief-consumer-protection-act>

31) 대출이나 금융자문서비스 등 소비자금융상품 내지 서비스 제공 시 등에는 예외를 인정함; James Sivon·Adam Maarec(2014), p. 2

32) 해당 모델법은 아래 서술하는 Producer Licensing Model Act의 제정으로 대체되었으나, 보험대리점과 보험중개사의 의무 및 보험자문사 관련 조항 등 일부 조항은 여전히 많은

을 보험판매인(Insurance Producer)이란 용어로 총칭하는데, 이는 보험대리점(Insurance Agent), 보험중개사(Insurance Broker), 초과보험중개사(Surplus Line Broker), 한정보험대리인(Limited Insurance Representative), 보험자문인(Insurance Consultant)을 포함한다. 그러나 미국 보험시장 판매채널로서 일반적으로 논의되는 것은 보험대리점과 보험중개사로, 보험대리점(Insurance Agent)은 한국의 보험대리점, 보험설계사와 같이 보험회사를 위하여 보험계약을 모집하는 자를 말하며, 보험중개사(Insurance Broker)는 보험계약자, 즉, 소비자의 대리인으로 기능한다.³³⁾

미국은 전속대리점 또는 설계사, 주로 독립대리점인 비전속대리점과 보험중개사를 포함한 독립채널, 2000년 이후 주목받고 있는 직접판매(Direct Marketing), 은행 및 증권사가 보험상품 판매시장의 주요 채널을 이루고 있다.³⁴⁾

미국은 보험중개사(Insurance Broker) 중심의 영국과 달리 생명보험과 손해보험 공히 전속대리점과 독립대리점 위주의 판매행태를 보이고 있으며, 보험중개사는 손해보험 중 기업보험 위주로 활동한다.³⁵⁾

이하 판매채널 현황상 대리점은 법률상 보험대리점(Insurance Agent), 브로커는 보험중개사(Insurance Broker)에 해당되는 것으로 보이나, 실제 법률상 등록 여하는 다를 수 있으며, 직접판매의 경우에는 온라인판매와 같은 직접응답(Direct Response) 외에 전속보험대리점(Captive Insurance Agent) 채널을 사용하는 경우가 포함되어 있을 수 있음에 유의할 필요가 있다.

주법에 반영되어 적용되고 있음; Raymond A. Guenter·Elisabeth Ditomassi(2017), pp. 361~362)

33) NAIC 210-1 모델법 §3A. 및 B.

34) 진형오(2016), p. 46

35) 진형오(2016)

〈표 III-1〉 미국 생명보험 판매채널 현황(2017년 기준)

(단위: %, 초년도 보험료³⁶⁾ 기준)

종목	전속대리점 (Career Agent)	독립대리점 (Independent Agent)	브로커 (Broker/ Dealer)	은행 (Banking Channel)	직접판매 (Direct Response)	기타
생명보험	30.0	44.0	8.6	7.9	8.0	1.5
연금	14.1	18.8	33.2	16.7	0	17.2
사고 및 건강	11.6	27.5	39.1	0	10.6	11.2

자료: Hanig, Sam et al(2018)을 토대로 재정리함

〈표 III-2〉 미국 손해보험 판매채널 현황

(단위: %, 수입보험료³⁷⁾ 기준)

구분	대리점 (Agent) ³⁸⁾	브로커 (Broker)	직접판매	기타
2017	70.21	6.78	22.95	0.05
2018	69.83	6.61	23.20	0.05

자료: AXCO Insurance Market Reports(Non-Life)(Insurance Market Information, Distribution Channel, United States)를 토대로 재정리함

2) 보수 고지 여부 및 관련 논의

2000년대 초반 뉴욕에서 조건부 수당(Contingent Commission) 및 기타 인센티브 기반수당(Incentive-Based Commission)에 관한 논란이 촉발³⁹⁾되어 2004년 이후 미국 여러 주 및 NAIC에서 이른바 '조건부 수당약정(Contingent Fee Arrangement)'의 고지에 관해 많은 논쟁이 이루어졌다.⁴⁰⁾

조건부 수당이란, 보험회사가 보험중개사나 독립대리점(Independent Agent)에 지

36) New Business Annualized Premium

37) Direct Written Premium

38) 대리점은 크게 전속대리점과 독립대리점으로 구분되며 이 중 독립대리점의 점유율은 개인 보험(Personal Lines)에서는 약 35%, 기업보험(Commercial Business)에서는 약 80%정도임; AXCO Insurance Market Reports(Non-Life)(Insurance Market Information, Distribution Channel, United States)

39) 당시 조건부 수당 문제 외에도 불법 리베이트(Kick Back), 입찰담합(Bid Rigging) 등 여러 위법적 관행이 문제됨

40) Cynthia J. Borelli(2008); Raymond A. Guenter·Elisabeth Ditomassi(2017), pp. 380~387

급하는 판매보수의 일종으로, 보험모집 시 보험료에 따라 지급되는 정률의 판매수당 (Flat Percentage Commission)에 추가하여 해당 보험판매인으로 인한 수익, 물량, 유지 또는 판매성장률(Profit, Volume, Retention and/or Business Growth) 등에 따라 지급되는 수당을 말하는데, 보험중개사와 보험회사 간의 이러한 조건부 수당 약정 (Contingent Commission Arrangement)이 보험소비자의 이익에 반하는 보험판매로 이어졌다는 의혹이 제기된 것이다. 논란의 중심이 된 뉴욕에서는 뉴욕주 검찰총장 (New York State Attorney General)과 보험감독관(Superintendent of Insurance)이 AIG, Marsh & McLennan, AON, Willis North America와 같은 대형 보험중개회사들에 대한 조사를 시행⁴¹⁾했다. 감독당국은 보험회사와 조건부 수당 약정을 맺은 보험판매인들이 고객으로 하여금 보험회사들이 가장 많은 보수를 지급하는 상품을 사도록 유도한 것으로 판단하였다.⁴²⁾ 다른 여러 주에서도 유사한 조사와 절차를 시행하였고, 이로 인해 대형 중개사들은 뉴욕주 당국 등 여러 주 당국과 조건부 수당 약정을 중단하기로 하는 약정을 체결하기에 이르렀다.⁴³⁾

위 조사에서 드러난 영업 관행에 대한 반향으로 NAIC는 2004년에 보험판매인 면허에 관한 모델법(NAIC 218-1, Producer Licensing Model Act, 이하 'PLMA'이라 함)에 보험판매인의 보수 고지에 관한 규정을 신설하는데, 그 주된 내용은 '보험판매인이 고객으로부터 여하한 보수를 받거나 고객을 대변하는 경우, 보험판매인이 보험자로부터도 보수를 지급받을 것이라는 점에 관하여 확인서를 징수하고 보수 금액을 고지'하도록 하는 것이다(PLMA §18A.(1)).⁴⁴⁾ 이러한 보수 금액 고지 의무는 보험회사로부터 판

41) Cynthia J. Borelli(2008), p. 2

42) Raymond A. Guenter·Elisabeth Ditomassi(2017), pp. 386~387

43) Raymond A. Guenter·Elisabeth Ditomassi(2017)

44) §18 A. (1) Where any insurance producer or any affiliate of the producer receives any compensation from the customer for the placement of insurance or represents the customer with respect to that placement, neither that producer nor the affiliate shall accept or receive any compensation from an insurer or other third party for that placement of insurance unless the producer has, prior to the customer's purchase of insurance:

(a) Obtained the customer's documented acknowledgment that such compensation will be received by the producer or affiliate; and
(b) Disclosed the amount of compensation from the insurer or other third party for

매를 위탁받아 보험회사를 대변하고, 고객으로부터 별도의 보수를 지급받지 않는 순수한 보험대리점(Insurance Agent)에게는 적용되지 않는다(PLMA §18.A.(2)).⁴⁵⁾

다만, 보험대리점의 경우에도 보험회사로부터 판매수당을 지급받게 될 것이며, 해당 보험계약과 관련하여 보험회사를 대변하고, 보험회사를 위하여 고객에게 서비스를 제공할 수 있음을 알려야 한다.

위 규정이 대체적으로 유사한 내용으로 반영된 주는 제한적이지만, 상당수의 주에서 보험판매인 내지 보험중개사가 피보험자 등 보험구매자로부터 수령하는 수수료(Fee)에 관한 고지 의무를 규정하고 있다. 한편, 뉴저지, 알래스카, 콜로라도 등 일부 주에서는 수수료의 고지에 관하여 위 모델법보다 강화된 규제를 두고 있다. 예컨대, 뉴저지의 경우, 피보험자나 가망피보험자로부터 수수료를 수령하기 위해서는 (i) 수수료 금액 및 제공되는 서비스의 본질에 관한 명확한 진술, (ii) 해당 수수료는 보험료의 일부가 아니며 서면동의로만 징수할 수 있는 점, (iii) 보험판매 관련 수당 수령 여부에 관한 명확한 진술, (iv) 피보험자 등 서명과 체결일자를 포함한 별도 서면을 징구해야 한다.

그러나 보험판매인 등이 피보험자 등으로부터 수수료를 징수하지 않는 경우에도 보험회사로부터 수령하는 판매수당(Commission) 금액을 고지하도록 하는 규제는 뉴욕에만 존재한다.⁴⁶⁾

that placement. If the amount of compensation is not known at the time of disclosure, the producer shall disclose the specific method for calculating the compensation and, if possible, a reasonable estimate of the amount.

45) (2) Paragraph (1) shall not apply to an insurance producer who:

- (a) Does not receive compensation from the customer for the placement of insurance; and
- (b) In connection with that placement of insurance represents an insurer that has appointed the producer; and
- (c) Discloses to the customer prior to the purchase of insurance:
 - (i) That the insurance producer will receive compensation from an insurer in connection with that placement; or
 - (ii) That, in connection with that placement of insurance, the insurance producer represents the insurer and that the producer may provide services to the customer for the insurer.

46) NAIC's Compendium of State Laws on Insurance Topics(2012), I-PA-15-1(Compensation Disclosure Requirements for Producer) 기재 내용에 기반하여 2019년 9월 확인함. 다만, 해당 자료상 관련 규정이 없음으로 표시된 주에 관해서는 The Council of Insurance Agents&Brokers(2017. 3. 21)을 기준으로 하였음

〈표 III-3〉 주별 판매보수 고지요건⁴⁷⁾⁴⁸⁾

PLMA 유사	수수료 고지 ⁴⁹⁾	규정 없음
- Arkansas - Arizona - California - Connecticut - Georgia - Illinois - Indiana - Nevada⁵⁰⁾ - Oregon - Pennsylvania - Rhode Island - Texas - Utah⁵¹⁾ - Washington - Wisconsin	- Alaska - Colorado - District of Columbia - Idaho - Iowa - Kansas - Kentucky - Louisiana - Massachusetts - Minnesota - Missouri - Maine - Maryland - Montana - Nebraska - New Jersey - New Hampshire - New Mexico - North Carolina - North Dakota - Ohio - Oklahoma - Pennsylvania - Vermont - Virginia	- Alabama - Delaware - Florida - Hawaii - Michigan - Mississippi - South Carolina - South Dakota - Wyoming

뉴욕에서는 보험판매인이 보험구매자로부터 보수를 받는지 여부와 무관하게 청약 전에 구매자에게 보수에 관하여 일정 사항을 고지하고, 구매자의 요청이 있는 경우 보수의 금액을 포함하여 세부사항을 고지해야 한다. 이는 몇 단계의 절차로 규정되어 있는데, ① 최초 고지사항(Initial Disclosure)은 (i) 보험판매인이 보험판매에서 담당하

47) 각주 46)과 동일함

48) 일부 보험종목에 관하여만 수당 금액 고지를 규정하는 경우는 제외함. 예컨대 뉴저지주의 경우, 건강보험(Health Insurance)에 한하여 수당(Commission)을 포함한 보수 금액의 고지를 규정함

49) 보험중개사 내지 보험자문인에 관하여만 수수료 고지 의무를 두는 경우를 포함함

50) 보험중개사에 한하여 판매수당 금액을 고지함

51) 판매수당 외 보수를 수취하려면 해당 보수의 금액, 기타 보수의 존재 및 원천을 고지해야 함

는 역할, (ii) 보험회사 등 제3자로부터 보수를 받는다는 사실, (iii) 보수는 구매자가 선택한 보험회사 및 보험계약의 종류, 보험회사별 판매물량, 판매계약의 수익성 등 여러 요인에 따라 달라질 수 있는 점, (iv) 보수에 관한 상세정보를 요청할 수 있는 점⁵²⁾을 포함한다. ② 이에 따라 구매자의 정보제공요청이 있는 경우(Disclosure Upon Request) 보험판매인은 가독성 높은 서식(Prominent Writing)으로 지급받는 보수의 성격, 금액 및 원천(Nature, Amount and Source) 등을 고지해야 하며,⁵³⁾ ③ 고지 당시

52) 11 NYCRR §30.3(a) Except as provided in section 30.5 of this Part, an insurance producer selling an insurance contract shall disclose the following information to the purchaser orally or in a prominent writing at or prior to the time of application for the insurance contract:

- (1) a description of the role of the insurance producer in the sale;
- (2) whether the insurance producer will receive compensation from the selling insurer or other third party based in whole or in part on the insurance contract the producer sells;
- (3) that the compensation paid to the insurance producer may vary depending on a number of factors, including (if applicable) the insurance contract and the insurer that the purchaser selects, the volume of business the producer provides to the insurer or the profitability of the insurance contracts that the producer provides to the insurer; and
- (4) that the purchaser may obtain information about the compensation expected to be received by the producer based in whole or in part on the sale, and the compensation expected to be received based in whole or in part on any alternative quotes presented by the producer, by requesting such information from the producer.

53) 11 NYCRR §30.3(b) If the purchaser requests more information about the producer's compensation prior to the issuance of the insurance contract, the producer shall disclose the following information to the purchaser in a prominent writing at or prior to the issuance of the insurance contract, except that if time is of the essence to issue the insurance contract, then within five business days:

- (1) a description of the nature, amount and source of any compensation to be received by the producer or any parent, subsidiary or affiliate based in whole or in part on the sale;
- (2) a description of any alternative quotes presented by the producer, including the coverage, premium and compensation that the insurance producer or any parent, subsidiary or affiliate would have received based in whole or in part on the sale of any such alternative coverage;
- (3) a description of any material ownership interest the insurance producer or any parent, subsidiary or affiliate has in the insurer issuing the insurance contract or any parent, subsidiary or affiliate;
- (4) a description of any material ownership interest the insurer issuing the insurance contract or any parent, subsidiary or affiliate has in the insurance producer or any parent, subsidiary or affiliate; and
- (5) a statement whether the insurance producer is prohibited by law from altering

에 보험판매인이 금액 등을 알 수 없는 경우에는 보수의 지급조건 및 합리적 예상금액 등을 고지(disclosure of reasonable estimate of compensation)해야 한다.⁵⁴⁾

뉴욕주 보험감독관이 회람한 가이드라인은 위 ③의 고지를 하는 구체적인 방식에 관하여 예시하고 있는 바, 지급조건에 대해서는 구체적 공식을 제시할 필요까지는 없고 다양한 결정요소(Factor)를 제시하는 것으로 가능하며, 예상금액은 이전 해의 보수를 감안한 보험료 대비 비율로 고지가능하다.⁵⁵⁾ 아울러, 생명보험상품(Life Insurance Policies), 연금상품(Annuity Products), 장기간병상품(Long-Term Care Insurance Policies), 장애수입보험상품(Disability Income Insurance Policies)에 관해서는 해당 계약의 예상유지기간의 총 보험료 대비 비율로 표시하는 것도 가능하다.⁵⁶⁾

이와 같이 뉴욕을 제외한 대부분의 주법이 고객으로부터 수령하는 수수료(Fee)와 보험회사 등으로부터 수령하는 판매수당(Commission)을 다르게 규율하는 이유는 기본적으로 보험중개사의 경우 보험계약자의 이익을 대변(Represent)하는 역할을 하며, 보험대리점의 경우 보험회사의 이익을 대변하는 역할을 하기 때문⁵⁷⁾으로 해석된다.

본 쟁점을 촉발시킨 사건의 중심에 대형 중개회사들이 있었던 점에서도 볼 수 있듯 미국에서 판매보수 고지에 관한 논의는 보험계약자를 위해 행위해야 하며 그에게 충실 의무(Fiduciary Duty)⁵⁸⁾를 지는 보험중개사의 이익상충 행위를 막고자 하는 데서 출발하였다.

PLMA §18의 도입 논의 초반에는 전통적인 보험중개사(Broker) 외에 여러 보험회사

the amount of compensation received from the insurer based in whole or in part on the sale.

54) 11 NYCRR §30.3(d) If the nature, amount or value of any compensation to be disclosed by the insurance producer is not known at the time of the disclosure required by subdivision (b) or (c) of this section, then the insurance producer shall include in the disclosure:

- (1) a description of the circumstances that may determine the receipt and amount or value of such compensation; and
- (2) a reasonable estimate of the amount or value, which may be stated as a range of amounts or values.

55) NY Circular Letter No. 2010-18(NY INS BUL)

56) NY Circular Letter No. 2010-18(NY INS BUL)

57) NAIC 210-1 모델법 §3A. 및 B.

58) Anglo-African Merchants v. Bayley[1970] 1 Q.B. 311

와 거래하는 독립대리점약정(Independent Agent Arrangement)을 규제 범위에 포함할 것인지에 대해 논의되었다. 초기의 안에는 법률적으로 고객으로부터 보수를 수령할 수 있는 경우만을 고지 의무 발생 사유로 논의하였으나, 그러한 기준으로는 논의 중인 쟁점의 범위를 충분히 반영하지 못한다는 반론이 제기되었다. 보수는 보험회사로부터만 수령하지만 보험계약자에게 ‘보험계약자를 위하여 행위’하는 것으로 언명한 경우에는 보험중개사와 동일하게 규율해야 한다는 주장이 제기되어 그와 같은 내용이 최종안에 반영되었다.⁵⁹⁾

즉, 미국에서의 판매보수 고지 의무 부과에 관한 논의는 보험중개사와 같이 보험계약자를 위하여 행위해야 할 법적 지위 내지 보험판매인이 실제로는 그러한 지위에 있지 않으면서 보험계약자에게 그러한 지위에 있는 것과 같은 언명으로 부여한 신뢰를 기초로 전개되었다. 그러한 지위 내지 신뢰가 존재하는 경우여야 보험계약자와의 이익상충이 문제될 여지가 있기 때문이다.

한편, 그럼에도 논의 과정에서 보험회사를 위하여 행위하는 전속보험대리점까지 포함하여 모든 경우에 대한 판매수당 금액(Dollar Amount)을 고지할 필요가 있다는 주장이 소비자대표(Consumer Advocate)에 의해 제기된 바 있다. 그러나 기존의 불공정 판매행위(Unfair Trade Practices)에 관한 규제 등을 종합적으로 고려할 때(현재의 안)에 추가적인 규제는 뚜렷한 소비자 효익없이 과도한 부담이 될 것이라는 반론이 제기되었다. 아울러, 판매수당의 고지는 보험료 구성요소 중 일부분(Commission)을 강조함으로써 피보험자의 불법적인 리베이트 요구가 증가할 것이라는 우려도 제기되었다.

이러한 논의들을 종합하여 NAIC은 2004년 12월 PLMA를 개정하여 현재의 형태로 보험판매인 보수고지 규정을 신설하였으며, 그 이듬해 각 주의 입법과정을 살펴본 결과 태스크포스는 추가적 규제확대 없이 현재의 규정을 유지하기로 결정하였다.⁶⁰⁾

59) Proceedings Citations Cited to the Proceedings of the NAIC(2010) §18

60) Proceedings Citations Cited to the Proceedings of the NAIC(2010) §18

다. 금융상품자문업자의 대리·중개업경영

NAIC 210-1 모델법은 보험자문인(Insurance Consultant)이 보험대리점, 보험중개사 등을 겸영할 수 없으며, 보험대리점, 보험중개사, 보험회사 등을 고용하거나, 그들로부터 고용되거나, 그들로부터 보험자문인으로서의 업무수행에 관하여 여하한 보수를 받을 수 없다고 규정하고 있다.⁶¹⁾ 아울러, 보험자문인은 객관성과 완전한 충실성을 갖고 클라이언트의 이익만을 위하여 복무해야 하며, 고객의 보험 수요 및 이익에 가장 부합하는 정보를 제공해야 한다(§7 H.).

이와 같이 보험자문인의 겸영을 금지하는 주로는 오클라호마, 인디애나, 버몬트, 네바다, 노스다코타 등⁶²⁾이 있다. 켄터키, 메인 등의 경우는 겸영이 금지되지 않으나 피보험자와 보험회사 양측으로부터 보수를 받는 것을 금지하거나, 수수료와 판매수당에 관해 고지 의무를 두는 등 이익상충 방지를 위한 규제를 두고 있다.⁶³⁾

한편, 미국에서는 Registered Investment Adviser(이하 'RIA'이라 함) 및 Broker-Dealer(이하 'BD'이라 함)가 소비자에게 금융자문을 제공한다. RIA는 투자상품에 관해 자문을 제공하는 자이며,⁶⁴⁾ BD는 금융상품 거래를 중개하는 자⁶⁵⁾이므로, 법률적으로 RIA가 금융소비자보호법(안)의 금융상품자문업자에 가깝다고 볼 수 있다.

미국 투자자문법은 Investment Adviser를 '대가를 받고 영업으로서 증권의 가치나 증권투자의 타당성에 대해 타인에게 조언하거나 증권 관련 보고서를 발간하는 자'로 정의하고 있다.⁶⁶⁾ BD의 경우, BD로서의 업무에 '오로지 부수적인'(Solely Incidental)

61) §7 D. A person, firm, corporation, or partnership may not concurrently hold a consultant's license and an insurance agent, insurance broker, surplus lines insurance broker, or limited insurance representative's license in any line.

E. A licensed consultant may not employ, be employed by, or be in partnership with or receive any remuneration whatsoever, from a licensed insurance agent, insurance broker..., or insurer arising out of his or her activities as a consultant.

62) 36 Okl.St. Ann. § 1435.30, IC 27-1-15.6-23, 8 V.S.A. § 4802, NDCC, 26.1-26-41 등임

63) KY §304.9-350, ME Tit.24-A, §1466

64) 투자자문법(Investment Advisor Act of 1940)

65) 증권거래법(Securities Exchange Act of 1934)

66) 이는 우리 자본시장법상의 투자자문업자와 비슷하나 투자일임업, 집합투자업을 포함하는 보다 광의의 개념임; 김갑래(2009), p. 14

자문만을 제공하고, 자문의 제공에 관해 특별한 보수(Special Compensation)를 수령하지 않는 경우에는 여기에 해당하지 않는다.⁶⁷⁾

RIA는 관리자산 규모(2,500만 불)를 기준으로 그 이상이면 증권거래위원회(Securities Exchange Commission)에, 미만이면 주 증권당국에 등록해야 하며, RIA가 관리하는 자금 규모는 1,400만 명(고객 기준), 38조 달러 규모에 달한다(2010년 말 기준).⁶⁸⁾

RIA는 다양한 금융상품에 관하여 투자자에게 자문서비스를 제공하고 보수를 수취하는 자로써 법률상 고객에 대해 신인 의무(Fiduciary Duty), 즉, 충실 의무(Duty of Loyalty)와 선관주의 의무(Duty of Care)를 부담한다. 이는 BD가 고객에게 적합한 상품을 권유해야 하는 의무(Suitability Obligation)를 부담하는 것보다 엄격한 것이다. 즉, RIA는 고객의 투자목적 및 이익만을 위해 행위해야 하며, 직간접적으로 이익상충을 야기할 수 있는 상황으로부터 자유로워야 한다.⁶⁹⁾

이러한 신인 의무는 투자자문법상에서 자문인이 기만적인 행위(Fraudulent Act)를 하지 않을 의무로 구현되는데, 여기서 고객에게 자문인의 수임에 관해 중요한 사항을 적극적으로 고지할 의무를 포함하고, 이를 해태하는 경우 고객에 대한 기만행위(Fraud or Deceit)가 성립한다.⁷⁰⁾ SEC는 고객이 자문인에게 자문업무를 위탁할 것인지 여부에 관해서 정보에 기반한 결정(Informed Decision)이 이루어질 수 있도록 이익의 충돌에 관한 모든 중요한 사항을 고지할 것을 요구한다.⁷¹⁾

또한, 매년 고객에게 제공하는 정보제공서(Form ADV Part 2A)에는 (i) 수수료와 보수의 구조(Item 5), (ii) 실적기반수수료 여하(Item 6), (iii) 기타의 금융산업활동 및 제휴관계(Item 10) 등 이익의 충돌과 관련된 고지사항을 기재해야 한다.

거래 과정에서도 자문인이 직접 또는 제3자의 중개인(Broker)으로서 고객과 거래하는 경우 거래 완료 전에 고객에게 서면으로 자신의 거래상 지위(The capacity in

67) 투자자문법 §202(a)(11)(C)

68) Jeremy Burke·Angela A. Hung(2015), p. 3

69) Jeremy Burke·Angela A. Hung(2015), p. 5

70) SEC(2013), p. 23

71) SEC(2013), p. 24

which he is acting)를 알리고 거래에 관해 고객의 동의를 받아야 하며,⁷²⁾ 이러한 동의는 매 거래마다 개별적으로 이루어져야 한다.

판매수당 수령 목적으로 상품을 권유할 유인을 감소시키기 위해 약 95%에 이르는 자문인들은 관리 대상 자산의 일정 비율로 수수료를 수취하지만, 그럼에도 불구하고 보수 관련 요인으로 인해 편향된 자문을 할 유인이 완전히 제거되는 것은 아니라고 한다. 이들은 금융상품을 중개하는 BD와는 성격이 다르지만, 그들과 제휴관계를 통하거나 겸영의 방식으로 금융상품에 관하여 판매수당을 수취하기도 한다.⁷³⁾ 약 5%의 RIA가 BD를 겸영하며, 22%는 BD와 특수관계에 있다.⁷⁴⁾ 또한, 18%의 BD는 RIA를 겸영한다. 그 밖에 이들은 보험판매인을 겸영하기도 한다.

이처럼 자문인이 겸영 등을 통해 판매수당을 수취함으로써 인하여 이익상충이 발생하는 것에 관하여는 미국 내에서도 비판이 제기되고 있다. 예컨대, 2015년 백악관 경제고문위원회(White House Council of Economic Advisors) 보고서는 이익상충의 영향하에 있는 자문(Conflicted Advice)으로 인한 연간 퇴직계좌 손실을 매년 170억 달러 규모로 추정하였다.⁷⁵⁾ 해당 보고서는 RIA, BD 및 보험판매인 등은 법적으로 소비자에 대해 서로 다른 의무를 부담함에도 겸영(Dual Hatting)을 통해 소비자에게 혼란을 주는 규제차익 남용에 관해 지적하고 있다.⁷⁶⁾ 최근 발표된 다른 연구에서도 통상 RIA가 1% 정도의 수수료를 수취하는데 비해 겸영 RIA의 경우 평균 2.1% 정도를 청구한다고 한다.⁷⁷⁾

이를 방지하기 위해 소매고객에 관한 투자자문 시 판매수당의 수취를 제한해야 한

72) 투자자문법 §206, 15 U.S.C.A. § 80b-6 (3) acting as principal for his own account, knowingly to sell any security to or purchase any security from a client, or acting as broker for a person other than such client, knowingly to effect any sale or purchase of any security for the account of such client, without disclosing to such client in writing before the completion of such transaction the capacity in which he is acting and obtaining the consent of the client to such transaction(이하 생략)

73) Benjamin P. Edwards(2017), pp. 216~217

74) Jeremy Burke·Angela A. Hung(2015), p. 4

75) White House Council of Economic Advisors(2015), p. 2

76) White House Council of Economic Advisors(2015), p. 6

77) Boyson, Nicole M.(2019)

다는 주장⁷⁸⁾도 존재하나 도드 프랭크법은 ‘판매수당이나 수수료에 기반한 보수의 수취 그 자체로는 브로커, 딜러 또는 투자자문인에게 적용되는 기준 위반으로 간주되지 아니한다’고 규정⁷⁹⁾하고 있다. 한편, 1990년대 말부터 BD에게 RIA와 같은 정도의 신인 의무를 부여함으로써 규제차익을 없애는 문제에 관해서도 논의가 이루어져 왔으나 현재까지 BD에게 RIA에게 요구되는 바와 같은 정도의 원칙은 적용되지 않고 있다.

라. 적합성·적정성 원칙 적용범위

미국에서는 오래 전부터 특히 연금 및 기타 금융상품 판매와 관련하여 소비자, 특히 노령자(Senior Citizen)에 대해서 개인적인 재정상황에 맞지 않는 연금상품을 구매하도록 유도하는 불완전판매행위에 관한 의혹이 규제기관의 고민거리였다.⁸⁰⁾ 예컨대 연수입이 12,000불에 불과한 85세 노인에게 가입금액 총 17,000불의 연금상품과 총 가입금액 17,000불, 연 보험료 3,900불에 이르는 생명보험을 판매하고, 치명적 질병이 있는 69세 노인에게 해약환급금이 원금에 이르는 기간이 2.5년에 이르는 연금보험으로 승환시키는 등 불완전판매 사례들이 보고되었다.

미국은 이에 따라 2000년대 초반부터 증권 및 보험 규제 기관 양측에서 연금 등의 판매 관련된 적합성 원칙(Suitability Standard)의 적용을 강화하고 있으며, 변액연금과 변액생명보험상품의 경우에는 투자위험으로 인해 증권으로 간주되기 때문에 증권 규제 및 보험 규제가 모두 적용되나, 변액이 아닌 연금상품(Fixed Annuities)은 투자위험이 없기 때문에 보험법만이 적용된다.

① 변액연금, 변액생명보험에 관해서는 금융산업규제기구(Financial Industry Regulatory Authority, 이하 ‘FINRA’이라 함) 규칙 및 NAIC 변액생명보험 모델규칙(Variable Life Insurance Model Regulation)에서 관련 규정을 두고 있다.

FINRA 규칙 2111조는 ‘Suitability’라는 표제하에 ‘회원이나 관계자는 고객에게

78) Benjamin P. Edwards(2017), pp. 209~210

79) Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act(2010), Pub. L. No. 111-203, sec. 913(g)(2), § 211, 124 Stat. 1376, pp. 29~1828

80) Kelly Cruz-Brown·Hilary Rowan·Susan Stead·R. John Street(2009), p. 605

추천된 거래가 고객의 투자 프로필을 확인하기 위해 합리적인 노력을 기울여 취득한 정보에 기반하여 고객에게 적합하다고 믿을만한 합리적 근거를 확보해야만 한다'고 규정하고 있다.⁸¹⁾⁸²⁾ 즉, 고객의 재정능력으로 감당할 수 있는 투자라 믿을만한 합리적 근거가 없는 경우에는 투자권유(추천) 자체가 금지된다.⁸³⁾ 또한, 투자권유가 있는지 여부와 무관하게 'Know Your Customer'라는 표제하에 '모든 계좌를 개설, 유지하는데 관하여 모든 고객에 관한 그리고 그 고객을 위해 활동하는 개별 사람들의 권한에 관한 핵심적 사실을 알고 유지하기 위해 합리적 노력을 기울여야 한다'는 규정을 두고 있다.

NAIC 변액생명보험 모델규칙은 적합성 원칙에 관해 '청약자의 보험 및 투자목적, 재무상태, 필요 기타 추천하는 보험자나 대리인에게 알려진 다른 정보에 기초했을 때 보험가입이 청약자에게 적합하다고 믿을만한 합리적 근거가 없는 경우에는 청약자에게 변액생명보험을 추천해서는 안 된다' (§3(c))고 규정하여 마찬가지로 적합하지 않은 상품의 권유(추천)을 금지하고 있다.

② 일반 보험상품의 적합성 원칙에 관해서는 연금거래에 있어서 적합성 모델규칙(Suitability in Annuity Transactions Model Regulation)(이하, '연금 적합성 모델규칙'이라 함)이 2003년 제정되었다.

연금 적합성 모델규칙은 모든 종류의 연금거래에 적용되며 2018년 3분기 말 현재 49개의 주에서 현재 혹은 개정 전 버전을 반영하여 채택하고 있다.⁸⁴⁾ 이 모델규칙은

81) FINRA 2111. Suitability (a) A member or an associated person must have a reasonable basis to believe that a recommended transaction or investment strategy involving a security or securities is suitable for the customer, based on the information obtained through the reasonable diligence of the member or associated person to ascertain the customer's investment profile. A customer's investment profile includes, but is not limited to, the customer's age, other investments, financial situation and needs, tax status, investment objectives, investment experience, investment time horizon, liquidity needs, risk tolerance, and any other information the customer may disclose to the member or associated person in connection with such recommendation.

82) 기관 투자자에 관해서는 별도 규정(Exemption)이 존재함

83) Supplementary Material 2111.06, <https://www.finra.org/rules-guidance/rulebooks/finra-rules/2111>

84) American Samoa, Guam, New Mexico, Puerto Rico, North Marianas, Vermont 및 Virginia를 제외한 모든 주임

2003년 65세 이상 노령 소비자를 가입대상으로 하는 연금거래에 관하여 처음 제정되었으나 제정 이후, 65세 미만 소비자들로부터 민원이 다수 제기⁸⁵⁾ 되자 2006년 대상을 모든 연령의 소비자로 확대되었다.

‘Suitability’에 관해 규정하는 바를 보면 ‘보험판매인 또는 보험회사는 권유를 함에 있어 소비자의 투자 및 타 보험상품 현황, 재정상황 및 수요 및 기타 적합성 정보(Suitability Information)⁸⁶⁾에 기반하여 그 권유가 해당 고객에게 적합하다고 믿을만한 합리적 근거를 갖추도록 해야 한다’.⁸⁷⁾ 보험판매인과 보험회사는 연금상품 권유 후 구매, 승환 이전에 고객의 적합성 정보를 얻기 위해 합리적인 노력을 기울여야 하며(^{86B}) 적합하다고 판단되지 않으면 보험회사는 연금증권을 발행해서는 안 된다(^{86C}). 이상의 규정을 종합하면, 연금 적합성 모델규칙상의 ‘적합성 원칙’은 부적합한 상품의 권유 자체를 엄격히 금지하는 FINRA 규정이나 변액생명보험 모델규칙보다는 다소 완화된 규정을 두고 있다고 볼 수 있다.

동 모델규칙은 보험판매인 또는 보험회사가 연금상품 판매나 승환을 권유할 때 적용되며, 소비자로부터 수집한 정보에 기반한 권유가 이루어지지 않는 통신판매(Direct Response Solicitations)의 경우 및 근로자 연금 또는 사회복지플랜 등의 펀딩을 위한 계약은 적용되지 않는다(⁸² 및 ⁸⁴). 또한, (i) 권유가 이루어지지 않은 경우, (ii) 소비자가 중대하게 부정확한 정보를 제공하여 부적합한 권유가 이루어진 경우,

85) Suitability in Annuity Transactions Model Regulation, Proceedings Citations(PC-275-1)

86) (1) Age, (2) Annual income, (3) Financial situation and needs, including the financial resources used for the funding of the annuity, (4) Financial experience, (5) Financial objectives, (6) Intended use of the annuity, (7) Financial time horizon, (8) Existing assets, including investment and life insurance holdings, (9) Liquidity needs, (10) Liquid net worth, (11) Risk tolerance and (12) Tax status(연금 적합성 모델규칙 section 5. I. 참조함)

87) §6A In recommending to a consumer the purchase of an annuity or the exchange of an annuity that results in another insurance transaction or series of insurance transactions, the insurance producer, or the insurer where no producer is involved, shall have reasonable grounds for believing that the recommendation is suitable for the consumer on the basis of the facts disclosed by the consumer as to his or her investments and other insurance products and as to his or her financial situation and needs, including the consumer’s suitability information, and that there is a reasonable basis to believe all of the following

(iii) 소비자가 관련 적합성 정보를 제공하기를 거부하였고, 해당 거래를 권유하지 않은 경우, (iv) 소비자가 보험회사나 보험판매인의 권유에 따르지 않은 경우, 보험회사 등은 적합성 원칙에 따른 의무를 지지 않는다(§6D). 이 경우에도 보험회사의 연금증권 발행은 그 당시 보험회사에 알려진 상황하에서는 합리적이어야 한다(§6D(2)).

③ 한편, 장기간병보험 모델규칙(Long-Term Care Insurance Model Regulation) (이하 'LTC 모델규칙'이라 함)⁸⁸⁾에서는 'Suitability'라는 표제하에 장기간병보험(보장을 조기에 제공하는 생명보험계약은 제외)의 보험자로 하여금 '장기간병보험의 구매 또는 승환이 고객의 필요(Needs)에 적절한지 여부'를 판단할 수 있는 기준을 개발·사용하도록 규정하고 있다. 또한, 모집인들에게 적합성 기준을 활용하도록 교육할 것과 적합성 기준의 사본을 보관하고 향후 검사에 제공할 것을 요구한다. 장기간병보험과 관련한 적합성 기준을 수립함에 있어서 보험회사는 청약자의 지급능력, 장기간병에 대한 수요, 청약자의 수요를 충족하기 위한 보험상품의 장단점, 권유하는 상품 대비 청약자가 보유한 기존 보험의 가치, 보장사항, 비용 등을 고려해야 한다.

동 규칙은 보험증권 발행전 장기간병보험상품이 고객에게 적정한지 판단하도록 하고 있으나, 부적정한 상품의 권유 내지 추천을 금지하는 것은 아니다. 청약자가 적합성 기준상의 요건을 충족하지 못하거나 정보제공을 거부하더라도 반드시 발행이 금지되는 것은 아니며 청약자가 재고할 수 있도록 부적정 사실을 서면으로 알리면 된다 (§24.G).

그 밖에 소수이긴 하나, 연금 및 장기간병 외에도 주에 따라서는 생명보험상품에 대해서 적합성 원칙을 규정하거나(아이오와주 등),⁸⁹⁾ 일부 종목만 제외하고 원칙적으로 모든 보험에 대해 적합성 원칙을 적용(미네소타주⁹⁰⁾ 등)하는 경우도 존재한다.

88) 2019년 초 기준으로 50개의 주가 동 규칙을 채택함

89) IOWA ADMIN. CODE r. 191-15.8(4) Suitability. A producer shall not recommend to any person the purchase, sale or exchange of any life insurance policy, or any rider, endorsement or amendment thereto, without reasonable grounds to believe that the transaction or recommendation is not unsuitable for the person based upon reasonable inquiry concerning the person's insurance objectives, financial situation and needs, age and other relevant information known by the producer. For purposes of this subrule, when a producer recommends a group life insurance policy, "person" shall refer to the intended group policyowner

2. 일본 사례

가. 금융소비자보호 체계

일본은 금융소비자보호에 관한 기본법으로 소비자계약법과 금융상품판매법을 두고 있으며, 그 밖에 은행, 증권, 보험 등 각 금융권역별 개별법에서 금융소비를 보호하고 있다. 소비자보호법은 금융상품 거래를 포함한 모든 상품 거래에서의 소비자를 보호하는 소비자보호의 기본법이며 금융상품판매법은 금융소비자만을 보호하는 금융소비자보호의 총론적 법률이다.

일본은 1990년 후반 금융 빅뱅 이후 투자신탁상품, 파생상품, 워런트 등 다양한 금융상품이 보급되었으나 이에 대한 이용자의 지식과 정보 부족 등으로 분쟁이 빈발하고 법률의 미비 등으로 소비자피해가 심각한 실정이었다.⁹¹⁾ 이에 따라 일본은 통합금융법의 제정을 추진하였으며 통합금융법 추진의 제1단계로 2000년에 금융상품판매법이, 제2단계로 2006년 금융상품거래법이 제정되었고 이어서 2006년에 금융상품거래법의 공통영업행위를 준용하기 위한 보험업법 개정이 이루어졌다.

금융상품판매법은 금융상품판매 시 고객에 대한 설명 의무 부여 및 위반 시 피해액에 대한 손해배상책임 부과, 판매업자에게 권유의 적정성 확보를 위한 방침의 마련 및 공표 의무화를 부여하였다. 반면에 소비자계약법은 금융소비를 포함한 모든 소비자에게 계약의 취소권을 부여하고 부당한 계약이 체결된 경우 무효화가 가능하도록 한

90) M.S.A. § 60K.46 Subd. 4. Suitability of insurance. In recommending the purchase of any life, endowment, individual accident and sickness, long-term care, annuity, life-endowment, or Medicare supplement insurance to a customer, a producer must have reasonable grounds for believing that the recommendation is suitable for the customer and must make reasonable inquiries to determine suitability. The suitability of a recommended purchase of insurance will be determined by reference to the totality of the particular customer's circumstances, including, but not limited to, the customer's income, the customer's need for insurance, and the values, benefits, and costs of the customer's existing insurance program, if any, when compared to the values, benefits, and costs of the recommended policy or policies. This subdivision does not apply to limited lines insurance under section 60K.38, subdivision 1, paragraph (c).

91) 이기형(2008), p. 2

점에서 차이가 있다.⁹²⁾

한편, 일본은 금융청이 금융회사의 건전성 및 영업행위 감독을 담당하는 통합형 감독체계를 취하고 있으며, 영국과 같이 독립적인 금융소비자보호기구를 설립하는 형태가 아니라 2009년 설립된 소비자청이 통합적인 소비자보호기관으로서 금융소비자보호기능까지 수행한다.

보험권역에서 주목할 사항으로는 2014년 보험업법 개정(2014년 5월 30일 공포, 2016년 5월 29일 시행)으로 모집채널 다양화 및 보험대리점의 대형화 등을 배경으로 판매채널 변화를 비롯한 모집실태의 변화에 대응할 수 있도록 ① 보험모집 시의 정보제공 의무, 의향파악 의무 등의 보험모집 관련 기본규칙을 창설하고, ② 대리점 등 보험모집인에 대한 체제정비 의무를 도입하였다.⁹³⁾

나. 판매보수 고지

1) 보험판매채널의 구성 및 특징

일본의 판매채널의 구성은 생명보험과 손해보험 영역에서 차이를 보이고 있다. 생명보험의 경우 보험회사의 영업직원이 가장 큰 비중을 차지하는 반면, 손해보험의 경우에는 대리점을 통해 거의 모든 판매가 이루어지고 있는 등 대리점 중심의 판매채널 형태를 보이고 있다. 또한 손해보험 대리점의 경우 우리나라와 같이 대형화·통합화(개인대리점→법인대리점) 현상이 나타나고 있으며, 이는 다시 하나의 손해보험사와 계약을 체결한 전속대리점과 다수의 손해보험사와 계약을 체결한 승합대리점(우리나라의 GA)으로 나뉜다.

한편, 일본 보험업법은 보험모집을 ‘보험계약 체결의 대리 또는 매개’라 정의(동법 제2조 제26호)하고, 보험모집을 할 수 있는 자를 크게 ① 보험모집인과 ② 보험중개사⁹⁴⁾로 나눈다.⁹⁵⁾

92) 이기형(2008), p. 3

93) 金融審議會(2013)(이하, ‘금융 심의회 보험 WG 보고서’이라 함)

94) 일본 보험업법은 ‘保險仲立人’이라는 용어를 사용함

보험모집인은 생명보험모집인 및 손해보험모집인을 포괄하며, 소속 보험회사를 위하여 보험계약 체결의 대리 또는 매개하는 자를 말하는데(동법 제2조 제23호), 전속대리점 및 복수의 보험회사를 위하여 보험을 모집하는 독립대리점(통상 승합대리점이라는 용어를 사용)을 포함한다.

한편, 보험중개사는 보험계약 체결의 매개로써 생명보험모집인, 손해보험모집인 및 소액단기보험모집인이 그 소속보험회사 등을 위해 하는 보험계약 체결의 매개 이외의 것을 하는 자(동법 제2조 제25호), 즉, 보험회사의 외부에서 보험계약 체결의 매개를 수행하는 자를 말한다.

〈표 III-4〉 일본 생명보험 판매채널 현황(2015년)

(단위: %, 보험계약 기준)

구분	비중
보험사영업직원	59.4
직판	3.1
인터넷	2.2
방카슈랑스(은행, 증권, 우체국 등)	8.5
보험대리점	13.7
기타	13.1

자료: AXCO Insurance Market Reports(Life)(Insurance Market Information, Distribution Channel, Japan)를 토대로 재정리함

〈표 III-5〉 일본 손해보험 판매채널 현황(2015~2016년)

(단위: %, 수입보험료 기준)

구분	직급판매	보험중개사	보험대리점
2016	7.92	0.51	91.57
2015	7.85	0.49	91.66

자료: AXCO Insurance Market Reports(Non-Life)(Insurance Market Information, Distribution Channel, Japan)를 토대로 재정리함

95) 소액단기보험모집인도 보험모집인에 속하나, 이는 소액단기보험업에 관한 특례와 관련된 사항으로 본 보고서 목적상 별도로 포함하지 않음

2) 판매보수 고지 여부 및 관련 논의

일본 보험업법은 보험모집인의 보수에 관하여는 보험계약자 등에게 고지할 의무를 규정하고 있지 않다.⁹⁶⁾

반면, 보험중개사는 고객으로부터 요구를 받았을 경우 (i) 보험계약의 체결의 매개에 관하여 받는 수수료·보수 외의 대가의 액수, (ii) 보험중개사가 수령한 당해 대가의 총액에서 차지하는 주요 보험회사로부터 수령한 대가의 합계액 비율을 고지해야 한다(동법 제297조, 동법 시행규칙 제231조). 그 밖에 보험중개사는 가장 최근의 복수 사업년도에서 증개한 보험계약의 보험회사 중, 수령한 수수료 등의 액수가 큰 상위 4개 회사를 고지해야 하며(금융청감독지침V-5-1), 그와 별도로 특정보험모집인과 마찬가지로 보험계약의 체결 매개에 관하여 수령한 수수료·보수 외의 대가의 액수를 포함한 일정한 사항을 장부서류에 기재하여 사업장별로 보존해야 한다(동법 제303조, 동법 시행규칙 제237조의2 제2항 제4호).

이처럼 보험중개사에 대하여만 보수의 고지를 요구하는 것은 보험중개사의 경우 고객의 대리인이며, 동법 제299조에 의거하여 고객에게 최선의 보험상품을 제안할 의무가 부여되기 때문이다. 반면, 보험회사로부터 모집업무를 위탁받은 보험모집인에 대해서는 수수료 고지 의무를 규정하지 않고 있는 것이다.

일본에서도 2014년 보험업법 개정 논의 당시 여러 보험회사의 상품을 취급하는 이른바 승합대리점이 고객의 요구에 꼭 맞지 않음에도 불구하고 수수료가 많은 보험회사의 보험상품을 선별·판매하는 행위에 대한 문제의식이 제기되었다.⁹⁷⁾ 이러한 문제의식하에서 보험모집인의 판매수당 고지를 의무화하자는 견해가 제기되었지만, '모집수당에 대해 고객에게 이해 가능한 형태로 고지하는 것이 곤란하고, 결과적으로 잘못된 정보를 주게 될 것'이고, '수수료의 많고 적음은 고객 요구와 보험상품이 일치하는

96) 참고로 15개 이상의 생명 혹은 손해보험회사를 위해 보험을 모집하거나, 복수의 생명 혹은 손해보험회사로부터 받은 보수 총액이 10억 엔 이상인 특정 보험모집인의 경우에는 보험모집에 관하여 받은 수수료, 보수 그 밖의 대가의 금액을 포함하여 일정 사항을 장부서류에 기재하고, 사업장별로 이를 보존하여야 함(동법 제303조, 동법 시행규칙 제236조의2 제1항 및 제237조의2 제1항 참조)

97) 금융 심의회 보험 WG 보고서(2013)

지 여부 및 고객이 지불하는 보험료와 직접 관계가 없다'는 반대견해가 유력했다. 따라서 일률적으로 보험대리점의 수수료 고지를 규정하기보다 2개 이상의 보험회사를 위해 보험을 모집하는 보험모집인의 보험상품 비교판매에 대해서 적절한 체제를 정비·확보하는 것으로 개정방향을 잡고, 아래와 같이 보험업법 시행규칙에 복수의 보험회사를 위해 모집을 하는 보험대리점에 대한 비교추천 규정을 도입하였다(동법 시행규칙 제227조의2 제3항 제4호).

- ① “고객의 의향에 따라 보험계약을 선별”하는 경우 취급 보험상품 중 고객의 의향에 따른 비교 가능한 동종의 보험계약의 개요 및 그 제안 이유(추천 이유)의 각 설명 할 것 (나목)
- ② “고객의 의향에 따라 보험계약을 선별”하지 않는 경우 그 제안 이유(특정 보험회사와 자본 관계 및 기타 사무 절차·경영 방침상의 이유 등)을 설명 할 것 (다목)

다. 금융상품자문업자의 대리·중개업겸영

일본 보험업법에는 보험계약 체결을 대리하거나 매개하지 않고 단순히 고객에게 보험상품에 관하여 조언만을 제공하는 자에 대한 규정은 존재하지 않는다.

한편, 일본에서 통상 IFA라 불리는 금융상품중개업자는 2004년 저축에서 투자로 자금 이동을 촉진하기 위한 정책의 일환으로 도입⁹⁸⁾되었으며, 보험대리점을 겸영하는 사례도 있는 것으로 보이나,⁹⁹⁾ 이는 금융상품의 판매대리·중개와 분리하여 자문업을 영위하는 금융소비자보호법(안)상의 금융상품자문업자 개념과 동일시하기는 어려워 보인다. 참고로 2019년 5월 기준, 일본의 금융상품중개업체는 총 889개¹⁰⁰⁾에 이른다.

라. 적합성·적정성 원칙의 적용 범위

일본 보험업법은 ‘특정보험계약’을 체결하는 보험회사, 보험모집인 및 보험중개사에

98) <https://www.hyamagami.com/whats-ifa/>

99) みずほ総合研究所株式会社(2019)

100) <https://www.jip.co.jp/report/detail.php?report=00315>

대해 금융상품거래법 제40조 제1호의 적합성 원칙을 준용하여(보험업법 제300조의2) '금융상품 거래행위에 대해서 고객의 지식, 경험, 재산의 상황 및 금융상품 거래 계약을 체결하는 목적에 비추어 부적당하다고 인정되는 권유'를 하지 않도록 규정하고 있다.

금융상품거래법상 적합성 원칙은 '투자자의 지식·경험, 재산상태, 투자목적에 적합하게 권유·판매를 하여야 한다'는 의미의 광의(廣義)의 적합성 원칙이 아니라, '고객 특성에 비추어 부적절한 상품 거래에 관해서는 아무리 설명을 하더라도 권유 및 판매를 하여서는 아니 된다'는 의미의 협의(狹義)의 적합성 원칙을 의미한다.

한편, '특정보험계약'이란, 금리, 통화의 가격, 금융상품시장에서의 시세 그 외의 지표에 관한 변동으로 손해가 발생할 우려(투자위험)가 있는 보험계약을 말하며, 구체적으로는 아래 보험계약을 지칭한다(동법 제300조의 2, 동법 시행규칙 제234조의2, 제74조, 제153조).

- ① 운용실적연동형 보험계약(i) 그 보험료로 수수한 금전을 운용한 결과에 따라 보험금 등의 전부 또는 일부를 지불할 것을 보험계약자에게 약정한 보험계약으로서 당해 보험금 등의 전부 또는 일부로서 당해 운용한 결과에만 기초 금액을 지불하는 것 또는 (ii) 그 보험료로 수수한 금전을 운용한 결과에 따라 보험금 등을 지불할 것을 보험계약자에게 약정한 보험계약으로서 당해 보험계약에 관한 책임준비금의 금액이 보험금 등 지불 시에 당해 지불을 위해 필요한 금액을 하회한 경우에 당해 하회한 금액에 상당하는 보험료를 보험계약자 또는 피보험회사가 납입하기로 되어 있으며, 당해 하회한 금액에 대해 보험회사가 부담하도록 되어 있지 않는 것
- ② 그 보험료로 수수한 금전의 운용에 따라 발생한 이익 및 손실을 감안하여 보험금 등을 지불할 것을 보험계약자에게 약정한 보험계약으로서 당해 보험계약에 관한 책임준비금의 금액이 보험금 등 지불 시에 당해 지불을 위해 필요한 금액을 하회한 경우에 당해 하회한 금액에 상당하는 보험료를 보험계약자 또는 피보험회사가 납입하기로 되어 있는 것
- ③ 그 보험료로 수수한 금전의 운용에 따라 발생한 이익 및 손실을 감안하여 보험금 등을 지불할 것을 보험계약자에게 약정한 보험계약
- ④ 해약환급금의 금액이 금리, 통화의 가격, 금융상품시장에서의 시세 그 외의 지표에 관한 변동에 따라 보험료의 합계액을 하회하게 될 우려가 있는 보험계약
- ⑤ 보험금 등의 금액을 외국통화로 표시하는 보험계약(외화지불보험)

한편, 일본 보험업법은 2014년 보험업법 개정 당시 보험 전반에 관하여 '의향파악 의무' 규정을 신설하였다(동법 제298조의2). 즉, 보험회사, 보험모집인 또는 보험중개사는 보험가입 권유하는 행위 내지 보험계약에 가입시키기 위한 행위 관하여 고객의

의향을 파악하여 그에 따른 보험계약의 체결 등을 제안해야 하며, 해당 보험계약의 내용의 설명 및 보험계약 체결 등에 있어서 고객의 의향과 해당 보험계약의 내용이 합치함을 고객이 확인하는 기회를 제공해야 한다. 다만, 시행령으로 소비자보호 우려가 없는 경우에는 적용을 제외¹⁰¹⁾할 수 있다.

일본은 기존 감독지침에서 보험회사 체제 정비의 일환으로 고객 의향파악을 요구¹⁰²⁾하고 있었으나, 그 절차에 대해 도입 시 기대되었던 효과에 미치지 못한다는 비판이 제기됨에 따라¹⁰³⁾ 이를 법령에 반영하고 기존의 의향확인에서 나아가, 고객의 의향을 파악하여 상품을 제안·설명하고 고객의 의향과 신청내용이 일치하는지 확인하는 등 일련의 절차를 의무화한 것이다.

〈표 III-6〉 손해보험상품 의향파악 절차 개요

구분	내용
① 의향파악	보험가액과 보험료를 포함한 개별 플랜을 설명하기 전 고객의 주요 의사·정보 파악 ※ 자동차, 부동산 구입 등에 따른 손해보험상품 제안에 있어서는 개별 플랜의 작성에 필요한 주된 의향(연령조건이나 운전자의 범위, 보험의 목적 등)이나 구입한 보험의 대상 등의 정보 파악
② 제안·설명	상기 ①에서 파악한 의사 정보에 근거한 개별 플랜을 제안하고 고객의 의향과 어떻게 대응하고 있는지를 포함하여 알기 쉽게 설명
③ 의향 및 신청 내용의 일치 확인	계약 체결 전에 있어서 고객의 의향과 계약의 신청을 실시하려고 하는 보험계약의 내용이 합치하고 있는지 여부를 확인(=의향 확인)

주: 생명보험상품 및 제3보험상품(해외여행 상해 보험 기간 1년 이하의 상해 보험을 제외)의 의향파악·확인
구체적 방법·절차는 다를 수 있음

자료: 일본 손해보험협회 가이드라인(2015. 6. 19), p. 5 표

101) ① 보험계약자 이외의 사람에 대한 정보제공이 관련되는 경우로써 (i) 보험계약자가 아닌 피보험자가 부담하는 보험료가 0인 보험계약, (ii) 보험기간이 한 달 이내이며 피보험자가 부담하는 보험료가 천 엔 이하인 보험계약, (iii) 피보험자에 대한 상품의 판매 혹은 역무의 제공 또는 행사의 실시 등(이하 ‘주된 상품의 판매 등’이라 함)에 부수해 인수되는 보험과 관련한 보험계약, (iv) 법률에 근거한 공적 연금 제도 또는 공제 제도를 운영하는 단체 등을 보험계약자로 하여 해당 연금 제도의 가입자가 피보험자가 되는 보험계약, ② 기존계약을 변경하는 경우로써 소정의 정보제공을 하고 있는 경우, ③ 다른 법률의 규정에 의한 의무 보험계약, ④ 근로자재산형성축진법에 따른 보험계약을 취급하는 경우에는 위 의무가 면제됨(동법 시행규칙 제227조의6)

102) 일본 보험업법 제100조의2, 동법 시행규칙 제53조의7, 감독지침 II-3-5-1-2(18)

103) 금융 심의회 보험 WG 보고서(2013), p. 10

위 의향파악 의무에 관한 입법논의 과정에서, 보험계약의 특성상 보험회사에 위험을 이전하는 것이라는 점, 보험계약이 눈에 보이지 않는 미래의 불안을 대상으로 하고 있다는 점, 보험금 지급조건 등 상품내용이 일반소비자가 이해하기 쉽지 않다는 점, 장기간에 걸친 보험료 지급이 이루어진다는 점 등을 이유로 협의의 적합성 원칙을 일반 보험으로 확대 적용하는 문제에 관해 논의가 이루어진 바 있다. 그러나 ‘보험은 리스크를 이전하는 상품인데 반해, 투자상품은 리스크를 취하는 상품이므로, 양자의 성질이 다르다. 상품 특성이 다른데 적합성 원칙이란 용어를 단일하게 쓰는 것은 문제를 알기 어렵도록 하므로 보험에서는 적합성 원칙 이외의 원칙으로 규율하여야 한다’는 반론이 제시되었으며, 나아가 ‘보험에 관하여 협의의 적합성 원칙을 도입하는 경우, 무엇을 권유하면 안 되는냐는 것을 판단하기 어렵다’는 이견이 제기되었다.¹⁰⁴⁾ 논의의 결과, 협의의 적합성 원칙을 투자성 없는 보험계약으로 확대 적용하는 것은 부적절한 것으로 일단락되었다.

이후 의향파악 의무를 보험업법에 규정하는 문제로 논의가 전개되었다. 그 구체적 규정방안에 관하여 의향파악 의무를 법에서 규정하고 획일적으로 강제하게 되면 다양한 상품의 형태와 모집 형태에 따라 고객의 니즈를 파악하고 제품을 제안하고자 하는 보험회사와 보험모집인의 노력과 창의력이 저해되고 오히려 고객의 이익을 해치는 결과가 될 우려가 있다는 비판이 제기되었다. 이에 따라 의향파악 의무를 일반적 원칙으로 규정하고 구체적 방법은 보험회사와 보험모집인의 자율에 맡기도록 하였다.¹⁰⁵⁾

이는 또한 금융 심의회 보험 WG 보고서에 의하면 모든 모집 형태에 적합한 방법을 설정하는 것이 어렵기 때문에 결과적으로 의향파악이 형식화될 우려가 있고, 보험회사·보험모집인 및 고객 쌍방에 대해서도 과도한 부담을 지우게 되는 것을 피하기 위한 목적이기도 하다.¹⁰⁶⁾

일본 금융청의 ‘보험회사를위한종합적인감독지침’(이하 ‘감독지침’이라 함)은 의향파악·확인에 관해서 보험회사 내지 보험모집인의 창의력에 따라 아래에 준하는 방법

104) 第9回WG資料1-1・事務局説明資料(1)3頁

105) 上原 純(2014), p. 192

106) 금융 심의회 보험 WG 보고서(2013), p. 10

을 사용하도록 지침을 제공하고 있다.

① (의향파악형) 보험금과 보험료를 포함한 개별 플랜을 설명하기 전에 설문조사 등을 통해 고객의 의향을 파악하고 그에 입각한 플랜을 제안하여 플랜과 의향의 대응관계를 설명함

② (의향추정형) 보험금 및 보험료를 포함한 개별 플랜을 제안할 때 보험회사 또는 모집인이 어떠한 의도를 추정하여 설계했는지에 대한 설명 및 플랜과 추정된 의사 간의 대응관계를 설명함

③ (손해보험형) 주요 의향 정보를 파악한 후 개별 계획을 작성 및 제안하고 주요 의향과 플랜의 비교를 기재함과 동시에 보험회사 또는 모집인이 파악한 고객의 의향과 플랜의 관계를 알기 쉽게 설명함

3. 영국 사례

가. 금융소비자보호 체계

영국은 1990년대 이후 금융점업화의 진전으로 인한 금융회사가 파산하는 등 금융소비자들이 큰 손해를 입게 되자¹⁰⁷⁾ 자율규제기관에 의한 금융규제·감독체도의 개선과 관련된 법제의 정비가 요구되었다.¹⁰⁸⁾ 기존의 금융규제 감독체계로는 금융소비자보호가 미흡하다는 인식하에 2000년 통합금융법령인 Financial Services and Markets Act(이하 'FSMA'이라 함)가 제정되었고, 동법에 따라 설립된 Financial Services Authority(이하 'FSA'이라 함)가 영업원칙과 규정 등을 마련하고 전반적인 금융감독활동을 수행하였다. 영국의 영업행위규정은 7개의 세부 규정으로 구성되는데, 그 중 보

107) 대표적으로 부실관련사에 대출과 투자를 함으로써, 연금자산 중 4억 파운드 상당의 손해를 기록하고, 2만 명의 연금가입자에게 피해를 입힌 Maxwell 사건, 232년의 유구한 역사와 명성을 자랑하던 Barings 은행이 닉 리슨이라는 직원 한 사람의 부정행위로 인해 13억 불 이상의 손실을 입고, 1995년에 네덜란드의 ING에 단 1파운드 구제합병되었던 사건 등을 들 수 있음

108) 변환철·이재성(2013), p. 180

험권역에는 주로 일반영업행위규정(COBS: New Conduct of Business Sourcebook)¹⁰⁹⁾ 및 보험영업행위규정(ICOBS: Insurance New Code of Business Sourcebook)이 적용된다.

금융위기 이후 기존의 금융 감독의 공백 및 미비를 보완하기 위해 이른바 쌍봉형 금융감독체계를 채택한 영국은 FSA를 분리하여 영란은행(BOE)의 내부기구인 건전성감독원(PRA: Prudential Regulation Authority)으로 하여금 건전성을, 독립법인인 영업행위감독원(FCA: Financial Conduct Authority)으로 하여금 영업행위를 감독하게 한다. 소비자보호 업무의 경우 정책 수립은 FCA에서 하지만, 실질적인 민원과 분쟁 처리는 별도기구인 금융분쟁옴부즈만(FOS: Financial Ombudsman Service)이 담당한다.

나. 판매보수 고지

1) 보험판매채널의 구성 및 특징

영국은 전통적으로 비전속 판매채널, 즉, 보험중개사(Broker) 내지 독립금융자문인(IFA: Independent Financial Advisor)의 영향력이 매우 크다.

IFA 제도의 도입은 1988년 불완전판매 해소를 위해 상품제조와 판매를 분리하는 이른바 양극화 규정(Polarisation and Financial Services Intermediary Regulation)이 시행되면서 이루어졌다. IFA란 보험분야의 제한적인 개념이 아닌 금융업 전체에 해당하는 포괄적인 개념으로 통상 보험중개사로 활동하나 대리점으로 활동할 수도 있다.¹¹⁰⁾ 동 규정은 투자상품 판매에 있어 독립판매(IFA)와 1사 전속판매 두 방법만을 인정하는 규정으로 생명보험 판매채널은 IFA와 보험회사 전속채널로 양분되었다.¹¹¹⁾ 이후 IFA가 크게 성장하였으나 소비자보호 및 경쟁제한측면에서 문제가 발생함에 따라 2004년 12

109) EU는 투자자보호를 강화하는 금융상품시장에 관한 지침(MiFID: The European Directive on Markets in Financial Instruments)을 마련하고 회원국들에게 지침을 준수할 수 있도록 법령개정을 요구하였고, 이에 따라 영국은 기존의 COB규제를 개정한 COBS를 마련함(2007년 11월 발효)

110) 박철수(2017), p. 57

111) 안철경·권오경(2010), p. 72

월 양극화 규정이 폐지되면서 IFA와 전속대리점(Single Tied Agent) 외에 복수의 보험 회사와 거래할 수 있는 다자제휴대리점(Multi-Tied Agent) 등 다양한 채널이 출현했다.

한편, IFA들이 소비자에게 적합한 상품보다 자신들에게 이익이 되는 상품을 권유하는 행태가 팽배하다는 비판이 이어짐에 따라 2012년 12월부터 소매판매개선방안(RDR: Retail Distribution Review)을 시행하여 소매투자상품에 관하여 FA의 판매수당 수취를 금지하고 자문수수료만 수취하도록 하는 등 개혁을 단행하였다. 이후 IFA의 비중이 감소하였으나, 여전히 보험판매의 상당 부분을 점유하고 있다.

한편, 영국법상 IFA가 되기 위한 요건은 금융소비자보호법(안)과 다르다. 영국법상에서 '독립'자문과 '한정'자문을 구분하는 기준은 특정시장이나 상품에 국한되지 않고 전체시장을 대상으로 광범위한 분석이 이루어졌는가 하는 부분이다. 즉, '독립'금융상품자문업자(IFA)는 해당 종목 및 고객의 목적에 적합한 상품을 제공하는 상품제공자(보험회사)가 충분한 시장에서 보험판매인과 밀접한 관계가 있는 자가 발행하거나 제공하는 보험상품에 한정되지 않는 충분히 많은 수의 보험상품을 평가해야 한다. 반대로 자문인의 상품이 특정 범위의 보험회사 또는 단일 회사로 한정된다면 자문인은 '독립'금융자문인(IFA)가 아니라 '한정'금융자문인(RFA)으로 분류된다.

아래 현황표상 대리점에는 전속, 비전속이 포함되며, RDR 이후 '한정'금융자문인으로 분류된다.

〈표 III-7〉 영국 생명보험 판매채널 현황(2017년)

(단위: %, 수입보험료 기준)

구분	비중
직접판매(Direct)	11.47
브로커(Broker)	20.74
대리점(Agent)	27.3
방카슈랑스	5.59
기타(IFA 등)	34.90

자료: AXCO Insurance Market Reports(Life)(Insurance Market Information, Distribution Channel, United Kingdom)를 토대로 재정리함

〈표 III-8〉 영국 손해보험 판매채널 현황

(단위: %, 수입보험료 기준)

연도	직접판매	브로커(Broker)	대리점(Agent)	방카슈랑스	기타
2018	30.0	51.0	3.0	7.0	9.0
2017	29.0	52.0	3.5	7.0	8.5

자료: AXCO Insurance Market Reports(Non-Life)(*Insurance Market Information, Distribution Channel, United Kingdom*)

2) 판매보수 고지 여부 및 관련 논의

2018년 10월 시행된 EU의 보험상품판매지침(IDD: Insurance Distribution Directive) 제19조는 보험판매인(Insurance Intermediaries)¹¹²⁾의 보수고지 의무를 도입하였다. 제19조(1)(d) 및 (e)는 보험판매인의 ‘판매수당(Commission)의 성격(Nature)과 기초(Basis)’에 관한 고지 의무를 규정하고 있고, 제19조(2) 및 제19조(3)는 소비자가 직접 지급하는 수수료(Fee)에 대해서는 금액(불가능한 경우, 수수료 계산 방법)을 고지하도록 규정하고 있다.¹¹³⁾ 또한 IDD는 투자기반 보험상품(IBIP: Insurance-Based Investment Product)에 대하여 추가적인 요건을 규정하고 있는바, 제29조(1)은 자문수

112) 직판, 가격비교사이트, 에그리제이터 등 보험판매를 매개하는 자들을 통칭하는 것으로 보험 중개사(Broker)와 보험대리점(Agent)를 포괄하는 개념임

113) 1. Member states shall ensure that in good time before the conclusion of an insurance contract, an insurance intermediary provides the customer with at least the following information:
 (d) the nature of the remuneration received in relation to the insurance contract;
 (e) whether in relation to the insurance contracts, it works:
 (i) on the basis of a fee, that is the remuneration paid directly by the customer;
 (ii) on the basis of a commission of any kind, that is the remuneration included in the insurance premium;
 (iii) on the basis of any other type of remuneration, including an economic benefit of any kind offered or given in connection with the insurance contract;
 2. Where the fee is payable directly by the customer, the insurance intermediary shall inform the customer of the amount of the fee or, where that is not possible, of the method for calculating the fee.

수료를 포함하여 모든 비용 및 청구금액(Costs and Charges)에 관한 정보를 고지하도록 하고 있다.

IDD는 유럽의 금융위기 이후 보다 효율적인 보험계약자 보호제도가 필요하다는 인식하에 시장통합을 촉진하고, 보험상품 판매에 참여하는 자들 간에 공정한 경쟁의 장(Level Playing Field)을 보장하고, 보험계약자 보호를 강화하기 위해 제정되었다.¹¹⁴⁾ 그 중 보험판매인의 보수고지 의무 규정은 보험판매인과 보험회사 등 제3자 간의 대리관계(Principal-Agent Relationship)의 존재 및 자문에 영향을 줄 가능성을 알림으로써 소비자의 선택권을 제고하고, 경쟁을 촉진하기 위하여 제안되었다.¹¹⁵⁾ 입법자료에서는 보험중개사(Broker)가 소비자에 대해서는 자문인으로, 보험회사에 대해서는 판매채널로 이중 지위를 가짐으로 인해 소비자를 위한 자문의 객관성과 보험중개사의 상업적 이익 간에 이익의 충돌이 발생할 가능성에 대해 지적하고 있다.¹¹⁶⁾

영국은 IDD상 보수고지 의무를 ICOBS와 COBS에 반영하였는데, 그 이전에 더 강화된 내용으로 규정된 내용의 효력을 유지시켰다.¹¹⁷⁾

구체적으로 보면, 보험판매인은 보험계약의 체결(필요한 경우, 변경 또는 갱신 시) 이전에 '보수(Remuneration)의 성격(Nature)와 기초(Basis)'에 대해 고객에게 고지해야 한다.¹¹⁸⁾ 여기서 보수란, 보험회사가 지급하는 판매수당(Commission)과 고객이 지급하는 수수료(Fee)만이 아니라 경제적 혜택 및 기타의 재무적·비재무적 형태의 보수를 널리 포함한다. 또한 보수의 기초(Basis)란 보수의 재원(Source), 예컨대 보험료에 포함되어 있는지 여부, 고객이 지급하는지 아니면 제3자에 의해 지급되는지 여부 등을 말한다.

수수료에 관해서는 그 금액을 고지해야 하나, 판매수당에 대해서는 금액에 대한 고지 의무가 없다. 다만 예외적으로 기업고객(Commercial Customer)이 요청하는 경

114) Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on insurance mediation(recast)/COM/2012/0360 final-2012/0175 (COD)*/

115) Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on insurance mediation(recast)/COM/2012/0360 final-2012/0175 (COD)*/

116) Consultation document on the Review of the Insurance Mediation Directive (IMD) Commission(2010), p. 9

117) 예를 들어, 기업고객(Commercial Consumer)이 요청하는 경우의 판매수당 고지 의무 등임

118) ICOBS 4.3.-7 R and COBS 6.1ZA.15B R

우¹¹⁹⁾에는 판매수당의 금액까지 고지해야 한다. 고객이 수수료를 지급해야 하는 경우에는, 수수료 지급 의무의 발생 또는 보험계약의 체결(Conclusion) 전(둘 중 빨리 도래하는 시기)에 그 금액이 고지되어야 하며, 금액을 알릴 수 없는 경우에는 수수료 산정의 기준을 제시해야 한다.¹²⁰⁾

추가로 순수보장성상품 및 재보험계약을 제외한 장기보험상품¹²¹⁾을 일반고객(Retail Client)에게 판매하는 경우 또는 투자기반보험상품의 경우에는 수수료 및 비용(Costs and Charges)에 관해 각 추가적인 고지 의무가 있다.¹²²⁾ 다만, 영국은 RDR 시행으로 2013년 1월 1일 이후 모든 소매투자상품에 관한 판매수당 수취를 금지하였으므로, 판매수당 고지가 문제되는 경우는 제한적일 것으로 생각된다.

영국은 EU의 IDD 도입 이전부터 판매보수 고지 관련 논의를 장기적으로 검토해 왔기 때문에 다른 EU 국가들보다 판매수당 금액 고지에 대한 관심이 상대적으로 높았던 것으로 보인다.

그러나 FCA는 (i) 소비자가 관심을 갖는 것은 보장 내역 대비 지급할 총 금액이지 판매수당이 아니고, (ii) 정보 과잉으로 소비자의 합리적 구매결정에 오히려 혼란을 초래할 수 있고, (iii) 과도한 비용을 유발한다는 등의 이유로 고지에 반대하는 의견이 많아 판매수당 금액의 고지는 검토하지 않기로 결정했다.¹²³⁾

119) ICOBS 4.4 and COBS 2.3.1R

120) ICOBS 4.3.1 R and COBS 6.1ZA.15I R

121) 영국은 규제목적상 보험상품을 손해보험상품(General Insurance)와 장기보험상품(Long Term Insurance)로 분류하며, 장기보험상품에는 생명보험, 연금, 연금펀드 관리 등이 포함됨. 이는 다시 투자성보험계약(적격보험) 및 비투자성보험계약(순수보장성)으로 구분되는데 적격보험은 순수보장성 및 재보험을 제외한 장기보험상품을 말하며, 순수보장성상품은 사망이나 질병이나 병약으로 인한 거동불능을 보장하는 상품으로, 해약환급금이 지급보험료를 초과하지 않는 상품을 말함

122) COBS 2.2A and COBS 6.1ZA.11R - COBS 6.1ZA.13 R

123) FS16/1: Feedback Statement on DP15/4 - General insurance value measures

다. 금융상품자문업자의 대리·중개업경영

영국의 FA는 보험을 넘어 금융상품 전반을 취급하는 자들이나, 보험상품을 취급하는 이들은 보험중개사(Broker)나 보험대리점(Agent)과 같은 보험판매인(Insurance Intermediary)으로서 규율된다. 따라서 ICOBS 및 COBS를 포함한 보험판매 관련 규제가 적용된다.

FA에는 앞서 본 바와 같이 독립금융자문인(IFA)과 제한금융자문인(RFA)로 나뉘어진다. 이 구분은 금융소비자보호법(안)의 구분과 다르다. 독립적 자문이란 관련 시장에 대한 총체적이고 공정한 분석에 기반하며, 편향되지 않고 제한되지 않은 자문¹²⁴⁾을 말한다. RFA의 경우 그러한 기준을 충족하지 않아도 되나, 그러한 제한의 성격, 즉, 특정 상품분야에 특화되어 있다거나, 제한된 상품제공자에 관하여만 자문이 이루어짐을 고지해야 한다.¹²⁵⁾ 그 밖의 규제는 대체로 동일하게 적용된다.

FA가 보험판매인을 겸영하는 데 관한 금지규정은 없다. 이는 영국에서 양극화 도입 당시 IFA와 전속채널의 구분이 판매를 전제로 하고 있었기 때문이다. 이로 인한 판매와 자문의 분리 필요성이 지적되어 왔고, RDR에서는 자문과 판매를 구분하기 위한 개혁이 이루어졌다. 순수보장성상품을 제외한 생명보험, 연금 등 소매투자상품에 관해서는 앞서 본 바와 같이 RDR의 시행으로 자문인들은 고객으로부터 자문수수료(Advisor Charge)를 수령할 수 있을 뿐 그 밖에 일체의 보수 수령이 금지¹²⁶⁾되므로 겸영의 유인이 감소되었다. FA는 자문수수료(Advisor Charge)만을 수령해야 하며, 현금가치(Cash Term)으로 이를 고지해야 한다. 반면, 손해보험상품에 관해서는 FA가 다른 보험중개 활동과 함께 고객에 대한 자문을 제공하는 것이 가능하다.

FA가 자문과 판매를 겸하는 것은 이익의 상충을 야기할 수 있으므로, 이러한 이해상충가능성을 완화하기 위해, 고객의 최선의 이익에 따라 정직하고, 공정하며 전문적으

124) Financial Services Authority(FSA)(2012. 6)

125) Jeremy Burke·Angela A. Hung(2015), pp. 7~8

126) COBS 6.1A.4R Except as specified in COBS 6.1A.4A R, COBS 6.1A.4AB R, COBS 6.1A.4AC G, COBS 6.1A.4B R and COBS 6.1A.5AR(1), a firm must:

(1) only be remunerated for the personal recommendation (and any other related services provided by the firm) by adviser charges:(이하 생략)

로 행위해야 하는 영업준칙을 비롯하여 여러 규제를 두고 있다. 예컨대, 보험판매인은 고객의 필요에 더 적합한 다른 상품을 제안할 수 있는 상황에서 보수, 모집 실적 또는 기타의 방식으로 특정 보험상품을 고객에게 추천하도록 인센티브를 주는 구조를 설정해서는 안 되며,¹²⁷⁾ 고객에 대한 의무에 상충되는 일체의 경제적 유인책(Inducement)을 받는 것이 금지¹²⁸⁾된다.

FA의 상품 선택이 적합한 상품을 포함하고 있지 않다면, 어떠한 상품도 판매하여서는 안 되며, 다른 자문인을 추천해야 한다. 그리고 앞서 본 바와 같이 다른 보험판매인들과 같이 어떠한 기초에서 그들이 자문을 제공하는지에 대해 사전에 고지해야 한다.

라. 적합성·적정성 원칙의 적용 범위

모든 보험상품에 적용되는 영업준칙(PRI: Principles of Insurance)은 넓은 의미에서 적합성 원칙을 규정하고 있다. 회사는 고객의 이해에 적절한 주의를 기울여야 하고 공정하게 처우해야 하고(제6준칙),¹²⁹⁾ 고객을 위한 자문 및 재량적인 결정의 적합성에 대하여 상당한 주의를 기울여야 한다고 규정하고 있다(제9준칙).¹³⁰⁾ 또한 회사는 고객의 최선의 이익에 따라 정직하고, 공정하며 전문적으로 행위해야 한다(제2준칙).¹³¹⁾

그러나 구체적 의무의 내용은 ① 비투자성 보험상품(손해보험상품 및 생명보험상품)¹³²⁾ 중 순수보장성상품과 ② 투자성 보험상품(순수보장성상품을 제외한 생명보험) 및 ③ IDD 규정에 따른 투자기반보험상품(IBIP: Investment Based Insurance Product)¹³³⁾ 간에 차이가 있다.

127) SYSC 19F.2 in the FCA Handbook

128) ICOBS 2.3, COBS 2.3 and COBS 2.3A

129) A firm must pay due regard to the interests of its customers and treat them fairly

130) A firm must take reasonable care to ensure the suitability of its advice and discretionary decisions for any customer who is entitled to rely upon its judgment

131) A firm must conduct its business with due skill, care and diligence

132) 영국에서는 Long Term Insurance라는 용어를 사용하나 편의상 이하, '생명보험'이라 함

133) IDD §2(1)(17)의 정의조항을 참조함. 생명보험(Long Term Insurance) 중 투자성이 있는 상품을 말하며, 순수보장성보험 및 특정 연금상품은 제외됨

① 손해보험상품과 순수보장성상품에 관해서는 계약 체결을 제안하기 전에 계약이 고객의 '수요와 필요'에 부합하도록 보장할 것을 규정하고 있다. 이러한 의무는 자문(Advice)이 이루어졌는지 여부에 상관없이 적용된다.¹³⁴⁾

회사는 계약 체결 전에 고객이 제공한 정보에 기초해서 해당 고객의 수요와 필요(Demands and Needs)를 특정하고(구체적인 내용은 제안된 보험의 복잡성 및 고객 특성에 따라 조정), 고객에게 이러한 수요와 필요에 관한 확인서면(Statement of Demands and Needs)을 전달해야 한다.¹³⁵⁾

나아가 순수보장성보험에 관해 자문이 이루어지는 경우에는 기존 보험보장의 세부 사항 등 회사가 쉽게 입수할 수 있는(Readily Available) 정보를 활용하거나, 고객으로부터 추가적 관련 정보를 입수하여 고객의 수요와 필요를 규명하고(고객이 관심을 보인 유형의 보험상품과 무관한 상품이나 고객수요에 대한 대안을 고려할 필요는 없음), 해당 계약의 보장 및 비용 수준, 관련 면책, 초과, 제한 및 조건들을 고려하여 고객의 수요와 필요에 적합하도록 합리적인 주의를 기울여야 한다.¹³⁶⁾

② 투자성 보험상품의 경우에도 계약 체결 전에 계약이 고객의 보험의 '수요와 필요'에 부합하도록 해야 한다는 의무가 적용된다.¹³⁷⁾

권유 내지 자문은 고객에게 적합해야 하고 제안된 보험계약은 고객의 '수요와 필요'에 부합하도록 하며, 이를 판단함에 있어서는 고객의 지식 및 경험, 재무상황 및 투자 목적에 관한 정보를 파악하여 권유하거나 체결하려는 특정 거래가 (i) 고객의 투자 목적을 충족하며, (ii) 고객이 재무적으로 투자목적에 부합하는 투자위험을 감당할 수 있

134) ICOBS 5.2.2C G

135) ICOBS 5.2.2 R Demands and needs

- (1) Prior to the conclusion of a contract of insurance a firm must specify, on the basis of information obtained from the customer, the demands and the needs of that customer
- (2) The details must be modulated according to the complexity of the contract of insurance proposed and the type of customer
- (3) A statement of the demands and needs must be communicated to the customer prior to the conclusion of a contract of insurance

136) ICOBS 5.3.2G

137) COBS 7.3.1R, 7.3.4R

고, (iii) 관련 위험을 이해하기 위해 요구되는 경험과 지식을 보유하고 있다는 점에 대해 확신을 가져야 한다.¹³⁸⁾ 투자목적 관련 정보에는 희망투자기간, 위험감수성향, 위험프로파일 및 투자 목적이 포함되고, 재정상황 정보는 정규수입, 유동자산, 투자 및 부동산을 포함한 자산, 규칙적인 재정지출의 원천과 규모에 관한 정보가 포함된다.

회사가 자문을 제공하거나 추천을 하기 위해 필요한 정보를 얻지 못한 경우에는 자문을 제공하거나 추천을 해서는 안 되며,¹³⁹⁾ 고객이 일반소비자인 경우, 회사는 왜 추천 또는 자문하는 상품이 고객의 요구와 필요에 맞는지 설명하는 적합성 보고서를 고객에게 제공해야 한다.¹⁴⁰⁾

③ 투자기반 보험상품의 권유에 관해서는 위 ②와 내용과 유사한 내용의 적합성 원칙이 적용되는 한편, 고객에게 적합한 상품이 없을 경우에는 상품을 권유해서는 안 된다¹⁴¹⁾는 규정이 추가되어 있다.

아울러, 자문 없이 이루어지는 판매(Non-Advised Sale)의 경우, 적정성(Appropriateness)의 원칙이 적용된다. 이 경우 회사는 계약을 체결하고자 하는 특정 상품종류에 관련된 투자분야의 지식과 경험을 파악해서 해당 상품이 고객에게 적정한지 판단해야 하며,¹⁴²⁾ 부적정 판단 시 고객에게 이를 경고해야 한다.¹⁴³⁾

이와 더불어, 영국은 보험상품 설계 및 판매 시에 고객의 필요, 특성, 및 목적에 부합해야 한다는 규정을 두고 있다. 개별 보험상품이 판매 또는 판촉 되기 이전에 승인하는 절차를 거쳐야 하며,¹⁴⁴⁾ 회사는 승인 절차를 운영함에 있어 고객의 목적, 이익 및 특성을 고려하여 상품설계가 고객에게 부정적인 영향이 발생하지 않고 고객의 손실의 방지 또는 완화하도록 해야 한다.¹⁴⁵⁾ 승인절차의 핵심은 목표 시장을 특정하고 관련 위험을 평가하며 목표시장과 일관되는 판매 전략을 수집하도록 해야 하며, 목표 시장

138) COBS 9.2.2R

139) COBS 9.2.6R, COBS 9A.2.13A EU

140) COBS 9.4.2

141) COBS 9A.2.20AEU

142) COBS 10A.2.1

143) COBS 10A.3.1

144) PROD 4.2.1

145) PROD 4.2.8

에 한하여 상품이 판매되도록 합리적인 절차를 마련해야 한다.¹⁴⁶⁾

또한 상품은 목표시장에 속하는 고객의 필요, 특성 및 목적에 부합하게 설계·판매되어야 하고,¹⁴⁷⁾ 판매자들은 목표시장의 특성, 목적 및 필요에 따라 상품이 판매되도록 하는 구조를 마련해야 한다.¹⁴⁸⁾

4. 독일 사례

가. 금융소비자보호 체계

독일은 2002년 각 권역별로 나뉘어있던 금융감독관청¹⁴⁹⁾을 통합하여 연방금융감독청(BaFin: Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht)을 설립하였다.¹⁵⁰⁾ 당시 연방재무장관은 BaFin의 설립 배경으로 은행, 보험, 증권회사들이 동일한 상품과 판매망을 이용하여 동일한 소비자를 대상으로 경쟁하고 있기 때문에 규제의 통일성을 통해 소비자를 보호해야 한다고 지적하였다. 즉, 금융겸업화를 배경으로 통합된 금융감독에 대한 요구가 증대된 것이다.

BaFin은 기능적이고 견고하며 통합된 금융시스템을 보장하고, 은행고객, 투자자, 피보험자가 금융시스템을 신뢰할 수 있도록 함을 목적으로 업무를 수행하는 바, 전체금융시스템의 기능성 확보, 금융기관 지급능력의 보장, 고객 및 투자자보호라는 개별적 감독목표들을 하나의 통합된 기관으로 관장한다.¹⁵¹⁾ 즉, ① 건전성 규제(시장안정성) 및 ② 소비자

146) PROD 4.2.15

147) PROD 4.2.18

148) PROD 4.3.4

149) Federal Banking Supervisory Office (Bundesaufsichtsamt für das Kreditwesen - BAKred), Federal Securities Supervisory Office(Bundesaufsichtsamt für den Wertpapierhandel-BAWe) 및 and Federal Insurance Supervisory Office (Bundesaufsichtsamt für das Versicherungs - wesen-BAV)의 3개 기관을 말함

150) https://www.bafin.de/EN/DieBaFin/AufgabenGeschichte/aufgabengeschichte_node_en.html;jsessionid=A0D28BF50FBE6E1D851B0834D76BB8AE.1_cid381

151) BaFin, About Us

보호(영업행위 규제) 기능을 통합한 이른바 통합형 감독체제에 속한다.

한편, 보험회사에 대한 감독은 연방정부와 주정부로 분화되어 있다. 연방정부관할 아래에 있는 보험회사는 BaFin이 보험감독법(VAG: Versicherungsaufsichtsgesetz)에 따라 감독하고, 주정부 관할하에 있는 공영보험회사는 각각의 주(州)보험감독청이 감독하는 체계이다. VVG 제81조는 감독관청의 보험영역 감독에 대한 일반적인 권한을 규정하는데, BaFin은 기업의 영업운영에 대한 광범위한 감시·감독을 하며, 이는 적법성 검사, 보험료의 징수 및 보험금 지급의 적절성 감시, 리스크 관리 등이 있다. BaFin은 피보험자의 이익(Schutzgut) 외에도 경제 기능(Wirtschaftsfunktion)을 중요 목표로 하여 업무를 수행한다.¹⁵²⁾

나. 판매보수 고지

1) 보험판매채널의 구성 및 특징

독일의 판매채널은 보험대리점(Versicherungsvertreter)과 보험중개사(Versicherungsmakler)를 중심으로 구성되며, 생명보험의 경우 은행의 판매비중이 전속대리점과 보험중개사·독립대리점과 비슷한 양상을 보이지만, 손해보험의 경우 대리점과 보험중개사를 통한 판매비중이 대부분으로 나타나고 있다.

〈표 III-9〉 독일 생명보험 판매채널 현황

(단위: %, 수입보험료 기준)

연도	직접판매	보험중개사	보험대리점	방키슈랑스	기타
2016	4.1	28.7	27.2	28.8	11.4
2015	5.4	26.3	27.5	30.4	10.4

자료: AXCO Insurance Market Reports(Life)(Insurance Market Information, Distribution Channel, Germany)를 토대로 재정리함

152) 한명진(2015), p. 292

〈표 III-10〉 독일 손해보험 판매채널 현황

(단위: %, 수입보험료 기준)

연도	직접판매	보험중개사	보험대리점	방카슈랑스	기타
2016	13.9	27.2	46.3	5.5	7.1
2015	13.6	26.9	46.8	5.4	7.3

자료: AXCO Insurance Market Reports(Non-Life)(Insurance Market Information, Distribution Channel, Germany)를 토대로 재정리함

2) 판매보수 고지 여부 및 관련 논의

기존 독일법상에는 판매보수 고지 규정이 존재하지 않았으며, IDD 제19조의 보수 고지 규정을 독일법으로 전환하기 위한 입법을 취하였다.

이에 따라 독일보험중개업법(Versicherungsvermittlungsverordnung, 이하 ‘VersVermV’ 이라 함) 제15조 제1항 5호 내지 8호를 신설(2018년 말 시행)¹⁵³⁾하여 보험판매인(Versicherungsvermittler)¹⁵⁴⁾이 고객에게 (특히) 첫 영업을 위한 대면 시 (i) 보험계약의 중개와 관련하여 보험판매인이 받는 보수의 종류, (ii) 고객이 해당 보수를 직접 부담하는지 또는 수수료 및 여타 보수의 명목으로 보험료에 포함되어 지급되는지의 여부, (iii) 이외의 여타 보수를 지급받는지 여부, (iv) 위 (ii)와 (iii)의 보수를 복합적으로 받는지의 여부를 고지하도록 규정했다.

한편, 투자기반 보험상품(IBIP)에 대해서는, 독일 보험계약법(VVG: Versicherungsvertragsgesetz)에 비용에 관한 추가 설명의무를 규정하고 있다(제7b조 제1s항 제3호). 즉, 자문비용 및 보험계약자에게 권유되는 투자기반 보험상품의 비용 등 보험상품 판매 관련 정보

153) § 15 Information des Versicherungsnehmers

(1) Der Gewerbetreibende hat dem Versicherungsnehmer beim ersten Geschäftskontakt folgende Angaben nach Maßgabe des § 16 Absatz 1 mitzuteilen:

(중략)

5. die Art der Vergütung, die er im Zusammenhang mit der Vermittlung erhält
6. ob die Vergütung direkt vom Kunden zu zahlen ist oder als Provision oder sonstige Vergütung in der Versicherungsprämie enthalten ist
7. ob er als Vergütung andere Zuwendungen erhält
8. ob seine Vergütung aus einer Verknüpfung der in den Nummern 6 und 7 genannten Vergütungen besteht

154) 보험모집인(Versicherungsvertreter)과 보험중개사(Versicherungsmakler)를 가리킴

를 제공해야 한다. 요청이 있는 경우 비용과 수수료(Costs and Fees)의 내역을 제공해야 한다.

이에 더하여 다음의 보험상품 가격 및 비용에 관한 정보가 제공되어야 한다. 첫째, 모든 종류의 보험에 관하여 보험에 수반되는 금액의 합계가 고객에게 제공되어야 하며, 여기에는 각종 세금과 소요비용 및 향후 수반되는 비용 등 모든 적용 가능한 비용이 포함된다.¹⁵⁵⁾ 또한, 생명보험과 질병보험에 관해서는 고객에게 보험료 산정 시 포함된 비용에 관한 정보를 제공해야 하며, 상품의 매입 및 유통 금액, 사무관리비 및 여타 비용은 별도로 명시해야 한다(동법 제2조 제1항 제1호 내지 제2호 및 동조 제4항 및 제4조 제2항). 그러나 보험금에 포함된 판매수당의 실질 금액은 고지할 의무가 없다.

둘째, 핵심정보문서(Basisinformationsblatt)에 고객에 대하여 비용 세부내역에 관한 정보를 제공하도록 하는 패키지 소매투자 및 보험기반상품(PRIIPs: Packaged Retail Investment and Insurance-Based Products)에 관한 EU 규정이 적용된다.¹⁵⁶⁾

다. 금융상품자문업자의 대리·중개업 겸영

독일법상 보험 유통에 관여하는 자들은 보험대리점(Versicherungsvertreter), 보험중개사(Versicherungsmakler) 및 보험자문인(Versicherungsberater), 크게 3가지로 분류된다. 독일 무역, 영업 및 산업규제법(GewO: Gewerbeordnung) 제34d조 제2항에 따르면, 보험자문인은 보험 또는 재보험에 관한 전문 자문을 제공하는 자로서, 보험회사로부터 그 어떤 경제적 보상을 받거나 달리 보험회사에 종속되지 않은 자여야 한

155) 보험계약상 정보제공의무법(VVG-InfoV: VVG-Informationspflichtenverordnung) §1(1)7~8

156) “핵심정보문서에는 특히 ‘What are the costs?(비용 세부내역)’ 표제하에 다음의 정보를 포함해야 한다: PRIIP에 속한 투자에 수반되는 비용으로, 개인투자자가 직접 및 간접적으로 부담해야 하는 비용으로써, 일회성 또는 반복성으로 발생하는 비용을 포함하며, 주요 지표를 기준으로 세부비용을 제시하되, 비교가 가능하도록 비용의 합계를 현금 및 퍼센트 단위로 표기함으로써 투자로 인한 총 비용의 복합 효과를 보여줄 의무가 있다. 핵심정보문서에는 PRIIP 상품을 다루는 투자자문인, 판매인 또는 여타 자문 및 판매 행위를 하는 개인으로 하여금, 위에 명시된 비용이외의 유통 비용에 관한 세부정보를 제공하도록 의무화하는 내용을 명시해야 하며, 이로써 개인투자자가 위의 총 비용이 투자수익에 미칠 수 있는 누적 효과를 이해할 수 있도록 해야 한다.”(EU Regulation 1286/2014의 제8조 제3항 f)

다.¹⁵⁷⁾ 보험자문인은 오직 고객으로부터만 보수를 받을 수 있으며, GewO 제34d조 제3항에 따라 보험대리점 또는 보험중개사의 겸영도 허용되지 않는다.¹⁵⁸⁾

한편 독일의 금융상품자문인은 전속금융자문인(은행 등)과 독립금융자문인으로 분류되며, 이들은 고객으로부터 수수료를 수취하거나 판매수당을 통해 보상을 받을 수 있으나, 수수료보다는 판매수당을 통해 보상받는 경우가 일반적이다. 이처럼 ‘자문인’이라는 명칭에도 불구하고 판매수당을 수취하기 위한 목적으로 객관적인 자문을 제공하지 않는 경우에 대해 여러 민원이 잇따르자 최근 독일은 판매보수의 투명성과 자문의 질을 함양하기 위해 ‘수수료 기반 자문인’ 제도를 도입(2014년 8월 시행)하였다.¹⁵⁹⁾

수수료 기반 자문인은 제3자로부터 판매수당 등의 보수를 받는 것이 금지되며 고객으로부터만 보수를 수취할 수 있다.¹⁶⁰⁾ 이들은 유통 및 발행 면에서 충분히 다양한 금융상품을 제안해야 하며, 자신이 소속된 금융기관이나 제후관계에 있는 기관 또는 경제적으로 관련된 기관이 판매하거나 발행하는 금융상품으로 자문 범위를 한정할 수 없다. 해당 상품이 고객에게 적합한 경우 자문하는 것이 금지되지는 않으나, 이 경우, 고객에게 그러한 제후관계 등에 관해 고지해야 한다.

한편, 수수료 기반 자문인은 전적으로 고객의 이익을 위해 자문해야 하며, 수수료 기반 자문 외의 영업을 하는 기관의 경우 여타의 자문인과 조직, 기능, 배치 면에서 분리되어야 한다.

157) § 34d Versicherungsvermittler, Versicherungsberater

(2) Wer gewerbsmäßig über Versicherungen oder Rückversicherungen beraten will (Versicherungsberater), bedarf nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen der Erlaubnis der zuständigen Industrie-und Handelskammer. Versicherungsberater ist, wer ohne von einem Versicherungsunternehmen einen wirtschaftlichen Vorteil zu erhalten oder in anderer Weise von ihm abhängig zu sein...

158) § 34d Versicherungsvermittler, Versicherungsberater

(3) Gewerbetreibende nach Absatz 1 dürfen kein Gewerbe nach Absatz 2 und Gewerbetreibende nach Absatz 2 dürfen kein Gewerbe nach Absatz 1 ausüben.

159) Jeremy Burke·Angela A. Hung(2015), pp. 14~15

160) Jörg Begner(2014): BaFin, https://www.bafin.de/SharedDocs/Veroeffentlichungen/EN/Fa/chartikel/2014/fa_bj_1407_honorar-anlageberatung_en.html?nn=7859034

라. 적합성·적정성 원칙의 적용 범위

독일은 IDD에 따라 투자기반보험상품(IBIP)에 관하여 적합성 원칙을 적용하고 있다.

보험회사 또는 보험판매인은 보험계약자 또는 가망고객에게 자문을 제공할 경우, (i) 해당 상품 또는 서비스와 관련한 보험계약자가 보유한 투자부문 관련 지식과 경력, (ii) 보험계약자의 손실 부담 여력을 포함한 재무상태, (iii) 보험계약자의 위험 부담 수준을 포함한 투자목표를 질문해야 한다(VVG §7c(1)). 보험회사 또는 보험모집인은 특히, 위험부담 성향과 손실부담 여력을 고려하여 보험계약자에게 적합한 투자기반보험상품만을 권유해야 하며, VVG §7a¹⁶¹⁾상의 패키지 상품에 관해서는 전체 패키지 상품이 고객에게 투자목적상 적합한 경우에만 권유할 수 있다.

보험회사 또는 보험모집인은 어느 경우에도 보험상품이 보험계약자에게 적정한지 평가해야 한다(VVG §7c(2)). 이러한 판단을 하기 위해, 보험회사 또는 보험모집인은 보험계약자에게 해당 상품 및 서비스 종류와 관련된 보험계약자의 투자지식과 경력을 문의해야 하며, VVG § 7a에 따른 패키지 보험상품을 제공하는 경우, 보험회사 또는 보험모집인은 패키지가 고객에게 적정한지 평가해야 한다. 그에 따라 보험회사 또는 보험모집인이 상품이 보험계약자에게 부적절하다고 판단하는 경우, 보험회사 또는 보험모집인은 보험계약자에게 그러한 사항을 알려야 한다. 보험계약자가 필요한 정보를 제공하지 않거나, 보험계약자가 자신의 지식과 경력에 대해 충분한 정보를 제공하지 않는 경우, 보험회사 또는 보험모집인은 상품 적정성을 판단할 수 없다는 점을 알려야 한다. 일정한 조건을 충족하는 경우, 자문을 수행하지 않는 보험자는 적정성 평가 없이 보험투자상품을 판매할 수 있다(VVG §7c(3)).¹⁶²⁾

161) IDD 제24조의 내용을 독일법상에 전환한 규정임

162) § 7c Beurteilung von Versicherungsanlageprodukten: Berichtspflicht

(3) Versicherer können, wenn sie keine Beratung gemäß Absatz 1 leisten, Versicherungsanlageprodukte ohne die in Absatz 2 vorgesehene Prüfung vertreiben, wenn die folgenden Bedingungen erfüllt sind:

1. die Tätigkeiten beziehen sich auf eines der folgenden Versicherungsanlageprodukte:
a) Verträge, die ausschließlich Anlagerisiken aus Finanzinstrumenten mit sich bringen, die nicht als komplexe Finanzinstrumente im Sinne der Richtlinie 2014/65/EU gelten und keine Struktur aufweisen, die es dem Versicherungsnehmer erschwert,

한편, 독일은 모든 보험상품에 일반적으로 적용되는 조언 의무를 규정하고 있다(VVG §6). 2008년 독일에서는 그 간의 사회변화를 반영하여 보험계약법(VVG)을 전면 개정하면서 처음 도입된 규정으로, 기존에 판례에서 인정해오던 보험자의 조언 의무(Beratungspflicht) 및 EU 보험중개자지침(Insurance Mediation Directive) 제12조의 정보제공 의무를 배경으로 입법화되었다.¹⁶³⁾

구체적인 내용을 보면, 보험회사는 제공되는 보험의 난이도, 보험가입자의 특성 및 그가 처한 상황에 비추어 그렇게 할 이유가 있는 경우, (i) 보험계약자에게 그의 희망과 필요에 대해 질문해야 하고, (ii) 조언에 드는 비용과 보험계약자가 지급하는 보험료 사이에 적절한 균형을 고려하여 보험계약자에게 조언하고 특정 보험에 대한 모든 조언의 근거를 제시해야 하며, (iii) 조언과 근거를 보험계약의 복잡성을 고려하여 서면화할 것을 요구한다.

이 규정상 조언 의무의 특징은 언제나 적용되는 것은 아니며 ‘제공되는 보험의 난이도, 보험가입자의 특성 및 그가 처한 상황에 비추어 그렇게 할 이유가 있는 경우’에 한하여 적용된다. 보험회사와 보험대리점에게 실제로 필요한 정도를 넘어 지나치게 포괄적인 조언 의무가 부여되는 것을 막기 위함이다.

조언의 시점은 계약 체결 전이며, 보험계약자는 그러한 조언을 면제할 수 있다. 이 경우 손해배상청구권에 부정적인 영향을 미칠 수 있음을 보험자가 명시적으로 조언한 별도의 서면에 의해야 한다(VVG§6(3)). 원격지 거래의 경우는 서면이 필요하지 않다. 보험자가 이러한 의무를 위반하는 경우 법정 손해배상책임을 규정하고 있다(VVG§6(5)).

-
- die mit der Anlage einhergehenden Risiken zu verstehen, oder
b) andere nicht komplexe Versicherungsanlagen;
2. die Vertriebstätigkeit erfolgt auf Veranlassung des Versicherungsnehmers;
3. der Versicherungsnehmer wurde eindeutig darüber informiert, dass der Versicherer bei der Erbringung der Vertriebstätigkeit die Angemessenheit der angebotenen Versicherungsanlageprodukte nicht geprüft hat; eine derartige Warnung kann in standardisierter Form erfolgen;
4. der Versicherer kommt seinen Pflichten zur Vermeidung von Interessenkonflikten nach

163) 최병규(2007), pp. 192~195

IV. 시사점 및 도입방안

1. 판매보수 고지

가. 시사점

앞서 살펴본 4개국 중에서 일반적으로 보험상품의 판매수당 금액에 관하여 고지 의무를 두고 있는 경우는 미국 뉴욕주에 한한다. 영국의 경우, 투자형 보험상품 등에 관하여 IDD 이전부터 엄격한 고지 의무를 두어 왔으나, 2013년 이후 소매 투자상품에 관한 판매수당 수취를 금지해왔으므로 판매수당 고지가 문제되는 경우는 제한적일 것으로 생각된다.

〈표 IV-1〉 각국의 판매보수 고지 규제

구분	규제내용	비고
미국	- 피보험자로부터 보수를 받거나 피보험자를 대변하는 경우, 판매수당 금액 고지 - 피보험자로부터 별도의 보수를 지급받지 않는 순수한 보험대리점은 (i) 보험회사로부터 판매수당을 수령하며, (ii) 보험회사를 대변함을 고지	- 주별 별도 규제적용 - 뉴욕주의 경우 수수료 수령 여부 등과 무관하게 고객 요청 시 판매수당 금액 고지 의무 有
일본	- 보수 고지 의무 없음	-
영국	- 수수료, 판매수당 등 보수의 성격(Nature)과 기초(Basis) 고지 - 수수료는 금액(Amount)까지 고지 - 판매수당 금액은 고지 無	- 기업고객 요청 시 판매수당 금액 고지 의무 有 - 장기보험상품 및 투자기반 보험상품에 관해 수수료 및 비용(Fees and Charges) 고지 의무 有
독일	- 수수료, 판매수당 등 보수의 성격(Nature)과 기초(Basis) 고지 - 판매수당 금액 고지 無	- 투자기반 보험상품에 관해 비용 및 수수료(Costs and Fees) 고지 의무 有

보험판매인의 판매보수 고지 의무 규정의 입법목적은 보험판매인과 보험회사 등 제 3자와의 관계(판매수당 수수)로 인한 이익의 충돌 가능성이 있음을 피보험자 등에게 알림으로써 정보비대칭성을 완화하기 위한 것이라 할 수 있다. 이를 위해서 모든 경우에 보험판매인이 보험회사 등으로부터 지급받는 판매수당의 금액을 고지해야 한다는 주장들이 일부 제기되었지만, 뉴욕주를 제외한 미국, 일본, 영국, 독일의 경우는 이를 채택하지 않았다.

미국의 경우는 앞서 본 바와 같이 보험계약자에 대해 충실 의무를 부담하는 보험중개사나 여러 보험회사를 대리하는 독립대리점이 보험회사를 위해 행위해야 할 지위에 있거나, 보험계약자를 위해 행위하는 것과 같은 언명으로 그와 같은 신뢰를 부여하고 또 그에 반하여 이익의 충돌을 야기할 수 있는 판매수당을 수령하는 것에 대한 문제의식에서 관련 논의가 시작되었다. 영국의 경우 전통적으로 보험중개사가 주된 판매채널을 이루는 점이 IDD 제정 이전부터 판매보수 고지에 많은 논의가 이루어진 하나의 요인이었을 것으로 보인다. 즉, 판매보수 고지 논의의 법적 기초는 보험판매인의 지위 및 보험계약자에 대해 부담하는 의무의 내용이라 볼 수 있다.

이러한 관점에 따르면, 보험회사로부터 업무위탁을 받아 보험회사를 위해 판매활동을 하고 판매수당을 수령하는 보험대리점은 달리 보험계약자를 위해 행위한다는 언명을 하지 않는 이상, 보험계약자에 대한 이익의 충돌이 야기될 여지도 없고 따라서 판매수당 금액을 고지할 필요도 없는 것이 된다.

그럼에도 불구하고 각국에 이러한 신뢰관계 존부와 무관하게 보험대리점도 할당량(Quota)이나 수익률에 따라 수당을 지급받음으로써 보험판매인의 보험목적과 필요에 부합하지 않는 경우가 발생할 우려가 있다는 점에 근거하여 판매수당 금액을 고지해야 한다는 주장도 존재했다.

판매수당 금액을 고지하지 않도록 한 결정에 이르게 된 반대 논거를 살펴보면, 다음과 같이 정리해볼 수 있다.

- ① 소비자 효익의 입증부재: 보험상품에는 보장과 보험료가 주요요소이며, 보험료의 구성요소에 불과한 판매수당 금액이 적다고 해서 반드시 특정 보험상품이 다른 보험상품에 비해 피보험자에게 적합하고 유리한 것은 아님

- ② 판매수당 금액 고지의 어려움: 특정 보험상품과 관련된 판매수당의 총액은 판매 당시에 확정되지 않는 경우가 많고 지급조건이 복잡하여 피보험자가 이해할 수 있는 형태로 고지하는 것이 어려움
- ③ 위와 같은 이유로 사회적으로 과도한 규제준수비용을 유발할 위험이 있는 반면, 정보 과잉으로 소비자의 합리적 구매결정을 저해할 가능성이 높음
- ④ 불법 리베이트 조장 우려가 있음

PPI불완전판매 사태 등 과거의 사례에 비추어 볼 때 과도하거나 왜곡된 판매수당 구조가 불완전판매의 유인이 될 수 있음은 부정할 수 없다. 그러나 보험과 관련하여 제공되는 정보의 양이 지나치게 많을 경우 오히려 소비자의 합리적 선택을 저해한다.¹⁶⁴⁾

미국, 영국, 독일의 경우는 이러한 점들을 종합적으로 고려하여 판매수당 금액 고지를 통해 달성하고자 하는 효익(소비자보호, 공정경쟁촉진 등)과 그로 인한 권리의 제한 및 사회적 비용을 비교형량하여 현재와 같이 고지 범위를 설정한 것으로 해석된다.

나. 도입방안

1) 보험업법상 판매보수 고지 의무

보험업법은 보험회사나 보험대리점 또는 보험중개사에 소속되어 보험계약 체결을 중개하는 보험설계사 및 보험회사를 위하여 보험계약의 체결을 대리하는 보험대리점에 관하여는 판매보수 고지 의무를 규정하고 있지 않다. 반면 독립적으로 보험계약의 체결을 중개하는 보험중개사에 관하여는 아래와 같이 보수 고지 의무에 관해 상세히 규정하고 있다.

164) London Economics, Ipsos and VVA Europe(2017)

보험업법	보험업법시행령
제92조(보험중개사의 의무 등) ① 보험중개사는 보험계약의 체결을 중개할 때 그 중개와 관련된 내용을 대통령령으로 정하는 바에 따라 장부에 적고 보험계약자에게 알려야 하며, 그 수수료에 관한 사항을 비치하여 보험계약자가 열람할 수 있도록 해야 한다.	제41조(보험중개사의 의무) ① 법 제92조제1항에 따라 보험중개사가 장부에 적어야 할 사항은 다음 각 호와 같다. (생략) 2. 보험계약 체결의 중개와 관련하여 해당 보험중개사가 받은 수수료·보수와 그 밖의 대가 ② 법 제92조제1항에 따라 보험중개사가 갖춰 두어야 할 장부 및 서류는 다음 각 호와 같다. (생략) 4. 보험회사와 중개업무계약을 체결하거나 보험계약자와 보수계약을 체결한 경우에는 그 계약서 ④ 보험중개사는 보험계약자가 요청하는 경우에는 보험계약 체결의 중개와 관련하여 보험회사로부터 받은 수수료·보수와 그 밖의 대가를 알려 주어야 한다.

아울러 보험중개사가 보수를 보험회사로부터 받는 경우와 보험계약자로부터 받는 경우를 구분할 수 있다.¹⁶⁵⁾

보험업감독규정

제4-28조(보험중개 수수료등의 청구) ① 보험중개사는 보험계약 체결의 중개와 관련하여 영업보험료의 일정률로 표시되는 수수료·보수 그 밖의 대가를 보험회사에게 청구하여야 하며, 보험계약자에게 청구하여서는 아니된다.
② 보험중개사는 제1항의 규정에도 불구하고 보험계약 체결의 중개와는 별도로 보험계약자 등에게 제공한 서비스의 대가로 일정금액으로 표시되는 보수 및 그 밖의 대가를 청구하고자 하는 경우에는 사전에 보험계약자등과 합의한 서면약정서에 의한 경우에 한하여 보험계약자 등에게 직접 청구할 수 있다.
③ 보험중개사는 제2항의 규정에 의한 보수 및 그 밖의 대가를 직접 보험계약자 등에게 청구하기 위해서는 제공할 서비스별 내역이 표시된 보수명세표를 당해 서비스를 제공하기 전에 보험계약자 등에게 알려야 한다.

보험업법상 보험중개사는 영미권의 보험중개사(Insurance Broker)를 모델로 하여 1995년 보험업법 개정을 통해 도입된 제도이다. 보험업법 제2조 11호는 보험중개사가 ‘독립적으로’ 중개한다고만 규정하고 있으나, 도입 취지 및 연혁 등을 고려할 때 영미

165) 한기정(2019), p. 438

권과 같이 보험계약자를 위하여 행위하는 자라고 보는 것이 타당하다.¹⁶⁶⁾

보험업법이 이와 같이 상세한 판매보수 고지 의무를 규정하고 있는 것은 보수의 다
과에 의해 보험계약자보다는 자신의 이익을 도모하려는 것을 방지하기 위함이며¹⁶⁷⁾
보험설계사 및 보험대리점과 달리 유독 보험중개사에게만 그러한 규정을 둔 것은 보
험중개사는 이들과 달리 보험계약자를 위해 행위하는 자이기 때문이다.

2) 판매보수 고지 의무 도입방안

금융소비자보호법(안) 제25조(금융상품판매대리·중개업자의 고지 의무 등) ③ 금융상품 계약
체결의 권유를 위하여 사용하는 안내자료 등에는 금융상품판매대리·중개업자가 금융상품판
매업자로부터 받는 수수료·보수와 그 밖의 대가의 내용 등을 명백하고 알기 쉽게 표기하여
야 한다.
④ (생략)제3항의 금융상품판매대리·중개업자 및 금융상품의 범위, 그 밖에 필요한 사항은
대통령령으로 정한다.

위 제25조③은 금융상품판매대리·중개업자가 금융상품판매업자로부터 받는 수
료·보수 등 대가에 관하여 그 내용을 안내자료 등을 통해 고지하도록 하고 있다. 즉,
수수료가 아닌 직접적으로 판매수당에 관해서만 고지 의무를 부여하는 것이다.

해당 규제의 대상이 되는 금융상품판매대리·중개업자 및 금융상품의 범위 및 구체
적인 고지 의무의 이행범위(즉, 금액 포함 여부)는 추후 하위법령으로 구체화될 예정
이다.

보험업에 관한 판매보수 고지 의무에 관해서는 보험중개사의 경우 현행 보험업법이
보다 상세하고 거래절차에 부합하는 규제를 두고 있으므로 이를 유지하는 것이 적절
하다고 생각된다.

그 밖에 보험대리점 등에 관해서는 ① 전체적으로 적용을 제외하는 방안, ② 해외 사
례와 유사하게 판매보수의 성격 및 기초에 관하여 고지하도록 하는 방안, ③ 판매보수
의 금액까지 고지하도록 하는 방안이 논의될 수 있다.

166) 한기정(2019)

167) 한기정(2019), p. 440

먼저, 법적인 측면에서 봤을 때 보험대리점은 보험회사와 민법상 위임(제680조)의 관계에 있는 보험회사의 수임인¹⁶⁸⁾이며, 상법상 보험회사를 본인으로 한 대리상(제87조)이다. 보험설계사는 보험회사에 소속된 경우 보험회사를 위하여 보험계약의 체결을 중개하는 자이며, 보험대리점 내지 보험중개사에 소속된 경우는 그들의 계약 체결상 권한을 수권 받아 이행하는 보조자라고 해석된다. 보험대리점이나 보험설계사는 보험회사와 체결한 모집위탁계약에 의거하여 해당 업무의 수행대가로 판매수당을 수수한다.

한편, 판매수당은 보험료의 구성부분인 사업비에 포함된 것으로 가격의 요소이긴 하나, 보험계약자와의 개별 계약에 직접 포함되는 것이 아니라 보험사업자가 수취한 사업비 범위 내에서 경영전략에 따라서, 혹은 보험대리점 등과의 협상 결과에 따라 지급조건이 정해지고 배분되는 것이다. 즉, 보험회사가 보험대리점 내지 설계사에게 지급하는 판매수당은 보험계약자가 보험판매인으로부터 보험상품을 구매함으로써 발생되는 것이기는 하나, 보험계약자와의 관계에서는 제3자 간의 계약관계(모집위탁계약 등) 정보에 속한다.

보험계약자와 보험판매인 간에 직접 수수되는 수수료 금액은 피보험자의 거래관계상 채무의 내용이 되는 것이며, 보험중개사와 같이 법적으로 보험계약자를 위하여 행위하는 지위에 있는 자가 그에 반하여 제3자로부터 보수를 수령하는 경우에는 이익상충이 문제되므로 이를 고지토록 하는 것은 상대적으로 쉽게 정당화될 수 있을 것이다. 그러나 그러한 지위에 있지 않은 보험대리점 등이 보험회사와의 계약관계에 따라 수수하는 판매수당을 제3자인 보험계약자에게 의무적으로 고지하도록 하는 데에는 보다 큰 공익과 정당화 사유가 요구된다.

이러한 관점에서 보았을 때, 현 시점에서 판매수당의 금액을 고지토록 하는 것이 정당화될 수 있는지 여부에 대한 의문이 있다.

이를 주장하는 측의 주된 논거는 보험판매인이 소비자의 필요가 아닌 자신의 경제적 이익에 부합하는 상품(高 수수료·시책 등)을 권유할 유인이 있어 불완전판매가 발생할 수 있으므로, 판매유인(Motivation)에 대한 정보제공으로 소비자 선택권을 강화하자는 것이다.

168) 한기정(2019), p. 387

그러나 타 금융상품과 달리 보험상품은 장래 위험보장을 급부로 하며 상품이 복잡하고 기간 또한 장기간인 경우가 많다. 이로 인해 보험판매인의 설명 및 적극적 권유가 필요하며 상당한 시간과 노력이 투입되기 때문에 판매수당 비율도 비교적 높고 수수료 체계 또한 복잡하다. 판매수당은 보험료의 구성부분인 사업비에 포함된 것으로 가격의 요소이긴 하나, 개별 계약에 직접 포함되기보다 보험사업자가 사업비 범위 내에서 경영전략에 따라 수수료 지급조건을 정하여 배분된다. 따라서 보험상품 권유 시 보험대리점 등이 수취하게 될 판매수당의 금액에 관해 소비자가 이해할 수 있는 형태로 고지하는 것이 어렵다. 이러한 정보는 오히려 소비자에게 혼란을 줄 우려가 있다. 즉, 소비자에게 가장 중요한 관심사항은 본인의 보험보장필요 부합 여부 및 보험료 수준이다. 판매보수의 고지는 보험대리점 등의 특정 상품 추천에 대한 판매유인을 판단하기 위한 자료로서 논의되는 것이지만, 소비자가 이해할 수 있는 형태로 제공되지 않을 때는 정보과잉(Information Overload)으로 오히려 소비자의 판단을 어렵게 하거나 왜곡할 가능성이 있다.

또한, 보험상품을 권유하는 보험대리점 등의 경제적 보상을 금액으로 강조함으로써 모집 활동이 저해되거나, 보험업법이 금지하는 불법리베이트의 요구가 증가하여 시장 질서가 교란될 것이라는 현실적 우려도 고려할 필요가 있다.

즉, 판매수당 금액의 고지로 소비자 선택권 제고 및 불완전판매 감소에 효익이 있는지 여부 및 그 정도에 많은 의문이 존재한다.

이와 같은 사유로 앞서 본 바와 같이 해외에서도 대부분 보험판매인의 판매수당, 특히 보험회사로부터 위탁받아 보험회사를 위하여 행위하는 보험대리점 등의 판매수당 금액을 공개하는 예는 극히 드물다.

이상을 종합하면, 보험대리점 등의 경제적 유인으로 인한 불완전판매 억제는 판매수당 금액의 고지 의무화에 앞서 판매행위 규제, 사업비 내지 판매보수 구조에 관한 규제 등 다른 관점에서 보다 우선적으로 도모할 부분이라 본다.

한편, 두 번째 방안의 경우, 판매수당의 성격과 기초를 고지하는 것은 보험판매인의 경제적 유인에 따른 편향(Bias) 가능성을 알려주면서 금액을 고지하는 경우에 비해서는 과잉정보 내지 시장혼란 우려는 상대적으로 적다고 볼 수 있다.

보험대리점 등은 보험회사로부터 업무를 위탁받아 보험회사를 위하여 행위하고 그 보상으로 판매수당을 수취하지만, 소비자의 보험목적과 필요에 부합하는 상품을 권유하여 판매를 증진하고자 하는 유인을 가지고 있다. 보험판매 현장에서는 후자가 강조되기 마련이므로 특히 여러 보험회사의 상품을 취급하는 보험대리점의 경우, 소비자는 보험판매인의 지위에 관하여 잘못된 인식을 갖게 될 수 있다. 따라서 보험판매인의 지위(보험회사의 업무수탁자) 및 그로 인한 편향가능성을 알려 소비자가 고려할 수 있도록 하게 하는 차원에서 두 번째 방안을 생각해 볼 수 있다. 이 경우, 실행 시 보험회사 및 보험대리점 등의 행정적 부담의 정도를 고려하여 구체적 고지기준을 마련할 필요가 있을 것이다.

끝으로, 첫 번째 방안과 같이 현재 보험업법 규제를 유지하는 방안, 즉, 금융소비자보호법(안)의 판매보수 고지대상에서 보험상품을 적용 배제하는 방안도 고려해볼 수 있을 것이다. 앞서 본 바와 같이 보험중개사의 경우에는 보험업법상 상세한 고지근거가 마련되어 있으며, 보험대리점 등은 법적 지위 등을 고려할 때 판매보수를 상세히 고지하는 것이 적절치 않기 때문이다. 한편, 판매보수의 성격 및 기초를 고지하도록 하는 두 번째 방안은 보험판매인의 지위 및 그에 기반한 편향가능성을 알리기 위한 것이다. 보험판매인이 보험회사로부터 모집업무를 위탁받아 보험회사를 위해 행위하는 자라는 점에 관해서는 금융소비자보호법(안)상 금융상품판매대리·중개업자에게 대리·중개하는 금융상품직접판매업자의 명칭, 업무 내용 및 전속 여부를 고지(제25조 제1항)하도록 한 규정을 통해서도 소비자가 인식할 수 있을 것이라는 측면에서 볼 때, 판매보수의 성격 및 기초에 대한 추가적인 고지가 소비자보호 효익 제고에 이바지하는 정도는 제한적일 수 있다.

2. 금융상품자문업자의 대리·중개업 겸영

가. 시사점

보험자문인 제도를 두고 있는 미국과 독일의 경우는 이들의 대리·중개업 겸영을 원칙적으로 금지하고 있다. 한편, 금융소비자보호법(안)의 금융상품자문업자와 유사한 제도를 두고 있는 미국·영국 등의 경우, 대리·중개업 겸영이 금지되지는 않으나, 이익의 충돌 상황으로 인한 소비자피해 등에 관해 많은 비판이 이루어지고 있으며, 이를 방지하기 위해 여러 가지 규제적 조치를 두고 있다.

〈표 IV-2〉 각국의 금융상품자문업자의 겸영 규제

구분	겸영	비고
미국	가능	- 신인 의무(Fiduciary Duty) 부담: 고객의 이익을 최우선으로 행위하고, 일체의 이익의 충돌로부터 자유로울 것 등 - 수수료·보수 구조, 다른 금융활동 및 제후관계 등 고지 의무 - 직접 또는 제3자의 중개인으로 거래 시 고객의 서면 동의 필요 - 겸영 또는 제후로 인하여 발생하는 이익의 충돌에 관해 많은 비판과 논의가 이루어지고 있음 - 보험자문인의 겸영 금지
일본	해당없음	-
영국	가능	- 전문적으로 행위하고 고객의 최선의 이익을 위하여 행위할 의무 부담 - 소매투자상품에 관하여 판매수당 수취 금지 - 특정 보험상품을 고객에게 추천하도록 인센티브를 주는 구조 설정 금지 - 고객에 대한 의무에 상충되는 일체의 경제적 유인책(Inducement) 수령 금지 - 판매수당의 성격(Nature) 및 기초(Basis) 고지
독일	가능	- 판매수당 수취가 금지되는 수수료 기반 자문인 제도 도입 - 전적으로 고객의 이익을 위하여 자문 - 소속기관 또는 제후관계 기관의 상품을 추천할 경우 제후관계 등 고지 의무 - 보험자문인의 겸영 금지

금융상품자문인 제도의 내용 및 유형은 각국별로 상이하나, 이들은 전반적으로 대리·중개 시 요구되는 것보다 엄격한 규제를 적용한다.

예컨대, 미국과 영국은 일반적으로 투자상품 판매에 적용되는 적합성 원칙(Suitability Principle)을 넘어서 '고객의 이익을 최우선으로 두고 행위할 의무'를 명시하고 있다. 영국은 소매 투자상품에 관한 수수료의 수취를 금지하였고, 독일은 판매수당을 수취하지 아니하는 수수료 기반 자문인 제도를 신설하였다. 또한 미국은 이익의 충돌 요소, 즉, 수수료·보수 구조 및 여타의 금융활동(겸영 등) 및 제휴관계 등을 고지하도록 하고, 영국 또한 판매수당의 성격 및 기초를 고지하도록 하고 있으며, 독일은 소속 기관 내지 제휴기관 상품 추천 시 제휴관계 등을 의무적으로 고지하도록 하는 등 정보를 제공하도록 하고 있다.

보험판매인도 판매 과정에서 보험상품 등에 관한 자문을 제공하지만, 금융소비자보호법(안)에서 판매인과 구분되는 금융상품자문업자를 별도로 두고자 하는 취지는 판매로 인한 수익에서 자유로운, 소비자를 위하여 편향되지 않은 최선의 자문을 제공하는 존재를 상정한 것이다.

앞서 본 바와 같이 영국은 FA 제도가 애초에 판매를 전제로 도입되었으나 자문과 판매를 구분하기 위해 지속적인 노력이 이루어지고 있다. 미국의 경우 RIA는 보험이 아닌 투자영역에서 발전해 온 것으로 명시적으로 겸영이나 제휴를 금지하고 있지는 않으나 겸영 내지 판매인과의 제휴 등으로 발생하는 이익의 충돌에 관해 문제가 제기되고 있고 이를 방지하기 위한 규제가 이루어지고 있음에 주목할 필요가 있다.

나. 도입방안

1) 금융소비자보호법(안) 검토

금융소비자보호법(안)은 금융상품자문업을 '이익을 얻을 목적으로 계속적 또는 반복적인 방법으로 금융상품의 가치 또는 금융상품의 취득과 처분결정에 관한 자문에 응하는 것'이라 규정하고, 금융상품자문업자를 '독립금융상품자문업자'와 '(비독립)금

금융상품자문업자'로 구분하고 있다.

독립금융상품자문업자란, (i) 금융상품판매업 등 소정의 금융업을 겸영하지 아니할 것, (ii) 금융상품판매업자의 계열회사가 아닐 것, (iii) 금융상품판매업자의 임직원 직위를 겸직하거나 파견받은 자가 아닐 것, (iv) 기타 이해상충방지를 위하여 대통령령으로 정하는 요건 등을 갖추어 '독립'이라는 명칭을 사용하는 금융상품자문업자를 말한다(동법안 제26조 제2항). 또한 이들은 자문과 관련하여 원칙적으로 금융상품판매업자로부터 재산상 이익을 받아서는 아니 되며, 그 밖에 이해상충이 발생할 수 있는 행위로서 대통령령으로 정하는 행위를 하여서는 아니 된다(동조 제3항).

반면, (비독립)금융상품자문업자는 겸영 규제 및 계열, 겸직 등 규제가 적용되지 아니하며, 금융상품판매업자로부터 자문과 관련한 재산상 이익을 제공받는 것도 가능하다. 이 경우, 재산상 이익의 종류 및 규모를 고지하도록 하고 있으나, 금액의 고지는 규정하지 않고 있다. 그 밖에 고지사항으로, (i) 독립금융상품자문업자인지 여부, (ii) 자문을 제공하는 금융상품의 범위, (iii) 자문업무의 제공절차, (iv) 그 밖에 금융소비자 권익 보호 또는 건전한 거래질서를 위하여 대통령령으로 정하는 사항을 규정하고 있다.

현 정부안은 독립금융상품판매업자만을 인정하되 겸영을 원칙적으로 인정하고 그러한 경우의 이해상충 장치들을 규정하였던 2012년 정부안과도 큰 차이를 보이고 있다.

〈표 IV-3〉 현 정부안과 2012년 정부안의 상품자문업자 규제 비교

구분	현 정부안	2012년 정부안
자문기본원칙	선관주의 의무	선관주의 의무, 금융상품판매업자로부터의 독립, 고객을 위하여 최선의 선택을 할 수 있도록 자문업무를 수행
독립·비독립	양자 모두 인정	독립금융상품자문업만 인정
겸영·겸직	독립금융상품업자에 한하여 겸영·겸직·계열관계 금지	독립금융상품자문업자도 겸영 가능하나, 원칙적으로 임직원 겸직은 금지
판매수당 수취	독립금융상품업자에 한하여 수취금지 원칙	수취금지 원칙
상품판매업자 고지	해당없음	겸영의 경우 위탁한 판매업자의 명칭 및 위탁 내용 고지

2012년과 현 정부안 모두 금융상품업 신설의 이유로 금융상품의 복잡·다양화 추세 및 저금리·고령화 시대의 도래로 인한 자산관리 자문에 대한 수요 증가 및 규제 사각에 위치한 ‘금융투자상품 이외의 금융상품’에 대한 자문행위로 인한 소비자피해 우려를 들고 있으며, 소비자피해가 우려되는 구체적 예로써 일부 보험대리점 등의 자문서비스 제공 및 판매수당 수취 행위를 들고 있다. 현재는 이러한 경우 이익충돌을 방지하는 장치가 없어 객관적인 자문을 기대하기 곤란하고 위법행위가 발생하더라도 손해배상책임 확보 등이 곤란하기 때문이다.

이러한 관점에서 볼 때, 현 정부안의 (비독립)금융상품자문업자는 (i) 금융상품판매업자와 계열·제휴관계 또는 겸직하에 제한된 금융상품을 취급할 수 있으며, (ii) 이를 통해 판매수당을 수취하는 것이 가능하며, (iii) 소비자에 대하여 금융상품판매업자와 동일하게 신의성실의 의무를 부담할 뿐(동법안 제13조), 고객과 자신 내지 금융상품판매업자 중 누구를 위하여 행위하는 자인지조차 명시되어 있지 않다는 점에서 금융상품대리·중개업자 간의 경계가 분명하지 않게 되는 문제가 있다. 몇 가지 고지사항 외에는 별도의 이익충돌 장치가 없어 보험대리점 등이 ‘독립’이라는 문자를 사용하지만 않으면, 금융상품자문업을 겸영하면서 사실상 현재와 동일한 방식으로 보험을 판매하는 것을 방지하기 어렵기 때문이다.

2) (비독립)금융상품자문업자 겸영 금지·이익충돌 방지

국내 금융상품자문업자 도입필요성은 현행법상 금융투자상품 외의 금융상품에 관한 자문서비스에 관해 법적 근거가 없어 자문의 전문성과 독립성을 확보하기 어렵다는 측면에서 논의되고 있다. 특히 소비자들은 자문서비스가 독립적이라는 인상을 갖고 있음에도 사실상 금융상품 판매채널에서 특정 상품판매목적의 판매행위가 이루어지고 있는 현실에 대한 적절한 행위규제는 미흡하다는 것이다.¹⁶⁹⁾

현재 금융소비자보호법(안)과 같이 (비독립)금융상품자문업자의 겸영 및 판매수당 수취를 허용한다면, 금융상품에 전문성을 가진 기존의 판매대리·중개업자들이 자문업

169) 권순현(2013), p. 95

자로 등록할 수 있고, 자문 제공에 대한 소비자의 비용부담도 낮출 수 있어 금융상품 자문에 관한 소비자의 접근성은 보다 제고되는 편익이 있을 것으로 보인다. 그러나 해외 사례를 비추어 보더라도, 금융상품자문업과 관련된 가장 큰 이슈는 금융상품판매업자와의 겸영, 제휴 기타 금전적 이익 수령으로 인한 이익의 충돌에 있고, 이를 방지하기 위한 제도개선 노력이 지속적으로 이루어지고 있음을 알 수 있다.

금융소비자보호를 위하여 처음으로 제도를 도입하는 관점에서 이를 반면교사로 삼는다면 금융상품자문업자가 보험대리점 등 판매중개·대리업자를 겸영하는 것을 금지하는 것이 보다 근본적 해결책일 수 있다고 보인다.¹⁷⁰⁾

보험업법은 이익의 충돌을 방지하기 위해 보험대리점과 보험중개사의 겸영(보험업법 제87조 제2항 제2호, 제89조 제2항 제2호)을 금지하고 있다. 이는 보험대리점이 보험회사를 위하여 행위하는 반면 보험중개사는 보험계약자의 이익을 위하여 행위하기 때문이다.

금융소비자보호법이 명시하고 있지 않더라도 금융상품자문업자는 '자문'의 본질상 보험계약자의 이익을 위하여 행위해야 한다. 따라서 금융상품자문업자가 보험대리점을 겸영하는 것은 민법상 쌍방대리와 유사하게 이익의 충돌 상황을 초래한다. 보험계약자에 대한 이익 충돌 상황을 방지하기 위해 보험대리점과 보험중개사의 겸영을 금지하는 보험업법의 정신에 비추어 보더라도 금융상품자문업자와 보험대리점의 겸영은 금지할 필요가 있다.

보험중개사의 경우에는 보험계약자를 위해 행위하는 자이므로 보험대리점과 같이 지위가 정면으로 충돌하지는 않는다. 다만, 보험중개사 역시 보험중개와 관련하여 보험회사로부터 보수를 수령하기 때문에 금전적 유인으로 인한 객관성 상실의 우려는 존재한다. 따라서 보험대리점과 같이 겸영을 금지하는 것이 바람직하다고 보인다.

그러나 앞서 본 바와 같이 금융상품자문업자의 겸영 등에도 소비자의 편익이 존재함을 고려하여 겸영을 허용한다면, 현재 금융소비자보호법(안)에서 상품자문업자에게 공통 적용되는 영업행위 규제 외에도 아래를 포함하여 상품자문업자와 소비자 간의

170) 유사 취지로, 투자상품 거래과정에서 자문과 판매의 구분을 주장한 유진·손정국(2011), p. 110을 참조함

이해상충 방지를 위한 규정들이 충분히 검토 및 추가될 필요가 있다.

첫째, 판매업자, 대리·중개업자와 공통으로 적용되는 선관주의 의무 외에 자문의 기본원칙(고객을 위하여 최선의 자문을 행할 의무 등) 규정

둘째, 특정 상품자문 관련 판매수당 수취 금지 내지는 구체적 금액 고지

현재안에는 ‘금융상품판매업자로부터 자문과 관련한 재산상 이익을 제공받는 경우 그 재산상 이익의 종류 및 규모’를 고지하도록 규정하고 있으나, 소비자를 위하여 자문을 행하는 자가 자문과 관련하여 제3자로부터 보수를 받는 것은 이익상충이 존재하는 것이므로 원칙적으로 금지하거나 보다 구체적으로 고지하게 할 필요성이 있다. 앞서 본 바와 같이 현재안은 대리·중개업자에 관해 금융상품판매업자로부터 받은 판매수당 등 보수에 관한 고지 의무를 규정하고 있는 바, 이러한 고지 의무의 범위는 소비자에 대하여 상품자문업자, 보험중개사, 보험대리점 내지 보험설계사가 갖는 책임의 정도에 상응하도록 규정될 필요가 있다.

셋째, 겸영의 경우 자문업무와 판매업무 간 조직, 기능, 배치 분리

넷째, 동일 유형 금융상품에 관하여 일정 수 이상의 상품에 관한 비교·자문 의무 부여

다섯째, 판매대리·중개업자 내지 금융상품판매업자와의 겸영이나 계열·제휴관계 등의 존재에 관한 고지 의무 부여

여섯째, 본인 또는 계열·제휴관계에 있는 판매대리·중개업자 내지 금융상품판매업자와의 거래나 금융상품을 추천하는 경우 고지 의무 부여

3. 적합성·적정성 원칙 적용 범위

가. 시사점

해외 사례에서 살펴본 바에 의하면 각국은 ‘적합성(Suitability)’라는 용어 내지 ‘의향 파악’, ‘조언의무’ 등 다른 용어를 사용하여 여러 종류의 보험상품에 관해 (정도의 차이는 있으나) 고객에게 정보 내지 의향을 파악하여 그에 부합하는 상품을 권유 내지 판매

하도록 하는 규제를 두고 있다. 그러나 구체적인 규제의 내용은 경우마다 서로 상이한 데 이를 간략히 요약하면 아래와 같다.

〈표 IV-4〉 각국의 적합성 원칙 내지 유사규제 정리

구분	상품 구분	명칭	규제내용
미국	변액보험, 변액연금	적합성	- 투자목적, 재무상태, 투자경험 등 기타 고객 정보에 기반한 <u>권유의 고객 적합성 판단</u> - 부적합 판단 시 권유 금지
	연금보험	적합성	- 소비자의 투자 및 타 보험상품 현황, 재정상황 및 수요 등 고객 정보에 기반한 <u>권유의 고객 적합성 판단</u> - 부적합 판단 시 증권발행 금지
	장기간병보험	적합성	- 지급능력, 장기간병 수요, 기존 보험 가치 등 고객정보에 기반한 <u>상품의 고객필요(Needs) 적정 여부 판단</u> - 부적합 시 거래거절 또는 확인서면 발행
일본	투자성 보험	적합성	- 지식, 경험, 재산상황, 목적 등 고객정보에 기반한 <u>권유의 고객 적합성 판단</u> - 부적합 시 권유 금지
	일반보험	의향 파악	- 고객의 의향을 파악하여 계약 체결을 제안하고, 체결 전 <u>의향합치 여부 확인</u> 기회 제공
영국	투자기반보험 (IBIP)	적합성	- 투자목적, 재정상황, 투자경험 등 고객정보에 기반하여 <u>권유의 고객 적합성 판단</u> - 부적합 시 권유 금지
	투자성보험 171)	적합성	- 투자목적, 재정상황, 투자경험 등 고객정보에 기반하여 <u>권유의 고객 적합성 및 상품의 수요 및 필요 부합 여부 판단</u> - 정보미제공 시 권유 금지
	손해보험 및 순수보장성 보험	수요와 필요	- 계약 체결 전 고객의 “수요와 필요(Demands and Needs)”를 특정 - <u>고객 니즈와 계약의 부합 여부 확인</u>
독일	투자성보험 상품(IBIP)	적합성	- 투자목적, 재정상황, 투자경험 등 고객정보에 기반하여 <u>권유의 적합성 판단</u> - 부적합 시 권유 금지
	일반보험	조언	- 계약 체결 전 (필요 시) 고객의 희망과 필요에 대해 질문하여 관련 조언 제공 - 서면으로 조언 면제 가능

171) 재보험계약 및 순수보장성보험을 제외한 생명보험상품임

이상의 해외 사례를 보면, 그 명칭 여하에 불구하고, 우리나라의 자본시장법 및 보험업상의 적합성 원칙, 즉, ‘일반 투자자(혹은 보험계약자)에게 투자(혹은 변액보험)권 유를 하기 전에 투자자에 대한 정보를 파악하고, 그 일반투자자(혹은 보험계약자)에게 부적합한 투자 내지 변액보험의 권유를 하지 못한다’¹⁷²⁾는 협의의 적합성 원칙에 상응하는 의무를 규정하고 있는 것은 주로 투자성 보험에 한함을 알 수 있다.

미국의 장기간병보험의 적합성 기준, 일본의 의향파악 의무, 영국의 손해보험 및 순수보장성보험에 적용되는 수요와 필요테스트(Demands and Needs Test)는 넓게 보아 ‘보험계약자의 의향 내지 필요를 문의하여 계약의 내용이 보험계약자의 의향 내지 필요에 부합하도록 할 것’을 요하고 있고, 독일의 조언 의무는 보험자가 인식 가능한 상황에 기반해서 보험계약자가 적절한 보험을 선택하지 못하는 경우 전문성을 가진 보험자가 적절한 조언을 행해야 한다는 것으로, 이를 넓은 의미에서 적합성 원칙으로 파악하기도 하나 이는 금융소비자보호법(안)에서 상정하는 적합성 원칙과는 엄밀히 말해 별개의 의무로 볼 수 있다.

한편, 미국의 연금보험 및 영국의 일부 저축성 보험에 관해서는 투자성 보험상품이 아님에도 협의의 적합성 원칙과 유사한 규제가 적용된다.

미국의 경우 연금보험 적합성 모델규칙이 제정된 것은 1990년대 후반 고금리기에 특히 노령자의 연금 상품 등에 관한 부적절한 모집이 사회문제화된 것을 배경으로 한다. 미국의 경우, 생명보험상품 전반에 대한 적합성 원칙 제정도 함께 논의되었지만 당시 증권과 보험 간의 차이점(투자목적, 원본손실) 및 보험의 경우 폭 넓은 정보개시, 보험모집과 관련된 모델규칙 존재, 고객정보 수집 비용소요, 판매채널의 상이점 등의 이유로 반론이 제기되어 결국 연금에 한하여 모델규칙이 제정되기에 이르렀다.

영국의 경우는 순수보장성상품을 제외한 생명보험상품을 투자성 상품으로 보는 특유의 보험상품 분류 관점과 더불어 1980년대 이후 연금 등 불완전판매 스캔들이 크게 사회화되면서 영업행위 규제 강화에 대한 요구가 높았던 경우이다. 영국에서는 1980년대 말 이른바 연금자유화(Pension Freedom)의 일환으로 개인들이 공적인 소득비례 연금제도(State Earnings Related Pension)에 대해 적용제외(Opt Out)를 신청하고 사

172) 임재연(2017), p. 205

적 연금을 구매할 수 있게 되었다. 이와 관련하여 1990년대 초반까지 보험회사들의 잘못된 권유로 약 200만 명 가량이 직역연금(Occupational Pension Scheme)에서 탈퇴하고 사적 연금에 가입하게 되었는데, 보수구조상 문제와 더불어 적합성 원칙 기준이 명확하지 않았던 점 역시 문제점으로 지적되었다.¹⁷³⁾

나. 도입방안

1) 현행 법령상 적합성·적정성 원칙

적합성 원칙이란, 금융소비자의 지식, 경험, 투자목적, 재산상황 등을 고려하여 금융소비자의 성향에 부적합한 금융상품을 권유해서는 안 된다는 원칙으로 기존에 신의칙상 금융기관의 소비자에 대한 보호의무의 일환으로 판례상 인정되어 온 것이다.

이러한 원칙은 2009년 자본시장과 금융투자업에 관한 법률(이하 ‘자본시장법’이라 함) 제정 당시 일반투자자에 대한 일반원칙으로 입법화되었고, 2010년에는 보험업법에도 거의 동일한 내용으로 도입되었다.

〈표 IV-5〉 금소법·현행법령의 적합성 원칙 비교

구분	대상	권유 판매	비권유 판매
금소법안	- 변액보험 등 보장성 상품, 투자성 상품 - 운용실적에 따라 수익률이 변동할 수 있는 예금성 상품 - 대출성 상품	적합성 원칙	적정성 원칙
자본시장법	투자상품	적합성 원칙	적정성 원칙(파생증권 등 일부 투자상품)
보험업법	변액보험	적합성 원칙	-

173) Julia Black·Richard Nobles(1998), p. 792

자본시장법과 보험업법상 적합성 원칙은 ‘권유가 이루어지는 경우 일반투자자 내지 일반보험계약자의 연령, 재산상황, 계약 체결의 목적 등의 정보를 파악하여 적합성을 판단하고, 부적합하다고 인정되는 계약의 권유를 금지’하는 협의의 적합성 원칙을 채택하고 있다(동 법안 제16조 제2항 및 제3항). 한편, 권유가 이루어지지 않는 경우에도 마찬가지로 정보를 파악하여 적정성을 판단하고, 적정하지 않은 경우 소비자에게 이를 알리고 확인을 받도록 하는 내용의 적정성 원칙은 보험업법에서는 채택하고 있지 않다.

금융소비자보호법(안)은 제16조 및 제17조에서 자본시장법의 내용을 답습하여 마찬가지로 일반금융소비자의 연령, 재산상황, 계약 체결의 목적 등의 정보를 파악하여 부적합하다고 인정되는 계약의 권유를 금지하는 협의의 적합성 원칙 및 권유가 이루어지지 않는 판매의 경우 적정성 원칙의 적용을 규정하고 있다.

2) 보장성 상품(보험)의 적합성 원칙 등 확대 적용

금융소비자보호법(안)은 투자상품 및 변액보험에 적용되던 협의의 적합성 원칙을 ‘변액보험 등 대통령령으로 정하는 보장성상품’ 등 다른 금융상품 전반으로 확대할 수 있는 기반을 마련하고 있어 그 적용범위가 문제된다.

적합성 원칙의 확대 적용 논의는 상품에 대한 설명의무에서 나아가 소비자에게 보험상품이 적합한지 여부에 대한 판단책임을 보험회사에 이전함으로써 정보비대칭성을 완화하자는 것이다.

그러나 장래 투자수익에 대한 기대로 위험을 감수하는 투자상품과 달리 보험상품은 장래의 불확정한 위험에 대비하여 위험을 보험회사로 이전하는 것으로, 판매 과정에서 가망고객에게 위험보장의 필요성을 환기시켜야 할 필요가 있다. 보험상품의 권유에 앞서 가망고객의 연령, 재산상황 등 정보를 수집하고 부적합하다고 판단되는 경우 권유를 할 수 없도록 제한하는 것은 가망고객에게 제시할 수 있는 보험상품의 폭을 제한하여 결과적으로 보험소비자 입장에서 과소 보장의 문제를 초래할 우려가 있다.

또한, 권유 이전에 가망고객의 정보를 수집하는 문제에 관해서는 과도한 개인정보 침해가 문제된다. 개인정보보호법은 ‘목적에 필요한 범위에서 최소한의 개인정보만을

적법하고 정당하게 수집'해야 한다고 명시하여 이른바 '최소 수집의 원칙'을 천명하고 있다. 이는 OECD의 '프라이버시 보호와 개인정보 국외이전에 관한 가이드라인(개인 정보보호 가이드라인)'의 제1원칙을 반영한 것으로 설명 정보주체의 동의가 있더라도 개인정보의 수집은 필요최소한에 그쳐야 한다는 것이다. 모집권유에서 보험계약 체결에 이르는 흐름 속에서 가장 처음에 위치하는 권유 이전 단계에서부터 가망고객의 재산 상황과 같은 중요 개인정보를 수집하도록 하는 것은 이러한 개인정보보호법의 정신을 고려할 때 필요최소한에 그칠 필요가 있다. 또한, 개인정보보호법 도입 이후 일반 소비자의 제고된 개인정보의식에 비추어 볼 때, 가망고객이 과도한 개인정보수집에 대한 거부감으로 상담을 거부하는 경우 역시 과소 보장의 문제로 이어질 우려가 존재한다.

폭넓은 보험상품에 적합성 원칙을 적용하는 것은 과연 어떠한 경우에 '적합'하다고 판단할지 여부에 관해서도 어려운 점이 있다. 보험상품은 장기간에 걸쳐 보험료가 지불되고 보장이 이루어지는 특성이 있다. 그간 사회경제적 환경이 변화함은 물론 판단의 기초가 되었던 보험계약자의 정보 역시 변화한다. 보험의 특성상 보험상품에 대한 수요는 보험계약자의 위험회피성향에 달린 것이기 때문에, 보험 권유 시점에 존재하는 사정만으로 어떠한 보험보장이 보험계약자에게 적합하고 부적합할지 보험회사가 판단하는 데는 한계가 있다.

특정 투자상품이 부적합하여 권유되지 않았을 경우 예상과 달리 투자수익이 나더라도 소비자는 수익을 얻지 못할 뿐이지만, 보험상품이 권유되지 않았을 경우 예상과 달리 경제 환경이나 위험발생 등 상황이 전개될 경우 소비자는 필요한 위험보장을 받지 못하게 된다는 점을 고려할 필요가 있다.

투자상품과의 또 다른 차별점은 과도하게 많거나 부적합한 보험상품의 가입은 보험회사 관점에서도 위험요소라는 점이다.¹⁷⁴⁾ 이는 역선택의 가능성이 있으므로 인수심사를 강화하여 배제해야 할 사항이다. 또한 보험계약자가 자신의 필요와 수요를 오인하여 부적합한 상품에 가입하는 것은 설명의무의 현실화를 통해 규율할 사항이라고 본다.

앞서 일본의 입법과정에서 논의된 바를 보면 투자상품에서 유래한 '적합성 원칙'을 만연하게 보험에 적용하는 데 대한 비판이 있었음을 알 수 있다. 해외 사례를 보면 비

174) 전한덕(2017), pp. 434~436

투자성 보험에 관해서는 ‘적합성’이라는 용어를 사용하더라도 그 구체적 내용은 투자성 보험에 적용되는 적합성 원칙과 별개로 구성되며, 계약 체결 전에 보험계약이 소비자의 보험목적과 필요에 부합하는지 여부를 확인하는데 중점을 두고 있음을 알 수 있다. 일본에서 의향파악의무 도입 당시 논의된 바와 같이 투자상품과 보험상품 간의 차별성으로 인해 양자 간에 만연하게 동일한 원칙을 적용하는 것은 적합하지 않다는 점에 기인한 것이다.

이상을 종합하면, 금융소비자보호법이 도입되더라도 현재안과 같은 협의의 적합성 원칙의 적용은 원칙적으로 변액보험 등 원본손실 요소가 있는 상품에 적용하는 것이 타당하다. 그 밖에는 상품구조 및 소비자의 인식상 투자상품과의 유사성을 고려하여 필요가 인정되는 경우 제한적으로 추가하는 방안을 고려해볼 수 있을 것이다.

예컨대, 금융소비자보호법(안)이 ‘운용실적에 따라 수익률 등의 변동 가능성이 있는 예금성 상품’을 적합성 원칙 적용 대상으로 포함한 취지를 고려하면, 특정 자산의 투자실적에 연동하는 투자성과를 지급하는 자산연계형 보험상품의 경우를 생각해볼 수 있다.

그 밖에 보장성 보험은 물론 저축성 보험에 관해서도 일괄 적용하는 것은 지양해야 한다. 저축성 보험과 보장성 보험은 생존보험금의 비중을 기준으로 한 구분일 뿐, 위험보장의 대가로 보험료를 수취하는 보험상품임에는 다를 바가 없기 때문이다.

미국이나 영국의 사례를 들어 비교법적 입장에서 연금보험 등의 경우로 확대 적용을 주장하는 견해가 존재하나, 우리나라의 경우 가계 금융자산 중 은퇴자산 비중은 24.1%로 미국 가계의 41.5%에 비하면 부족한 편이다.¹⁷⁵⁾ 특히, 사적 연금의 비중은 OECD 평균 16.3%에 비해 현저히 낮으며 최하위 수준인 2.1%에 불과하다.¹⁷⁶⁾ 이러한 상황에서 국내에서 연금보험의 과다판매로 인한 불완전판매의 문제 여부 및 심도를 고려하지 않고 미국, 영국과 동일한 수준의 규제를 적용하는 것은 노령화시대의 은퇴자산 형성에 저해될 우려가 있다.

결론적으로, 일반보험상품에 대한 적합성 원칙 내지 그와 유사한 원칙의 적용에 관한 논의는 보험상품 및 판매행위상의 특성을 종합적으로 고려하여 신중한 검토가 필

175) 심현정(2018), p. 9

176) 오승연(2014), p. 23

요하며, 현 시점에서 금융소비자보호법(안)과 같은 적합성 원칙의 확대 적용은 변액보험 및 투자성이 강한 일부 상품으로 제한하는 것이 바람직하다고 본다.

4. 맺음말

금융소비자보호를 위한 통합법률의 제정 논의는, 현재의 권역별 규제체계에서 발생하는 규제공백 및 규제차익을 제거하기 위하여 동일 기능·동일 규제를 구현함으로써 보다 실효적으로 금융소비를 보호하기 위한 것이다.

그러나 이러한 이상은 ‘같은 것은 같게, 다른 것은 다르게’ 규율하는 데서 실현될 수 있다. 현재 각 권역별로 이루어지는 규제는 오랜 기간 해당 권역에서의 경험을 바탕으로 형성되어 온 것이다. 한 권역의 특정 상품, 특정 영업환경에서 유효한 규제가 다른 권역의 다른 상품, 다른 영업환경에서 반드시 유효할 것이라는 보장은 없다. 따라서 통합법률을 성공적으로 도입하기 위해서는 개별 조항이나 규제가 각 권역에서 실질적으로 어떻게 작용할지 세심한 검토를 통해 하위법령 및 운영지침을 수립할 필요가 있다.

본고에서는 판매보수의 고지, 금융상품자문업자의 대리·중개업 겸영, 적합성·적정성 원칙의 확대 적용 문제에 한하여 살펴보았으나, 그 밖에도 2장에서 본 바와 같이 크고 작은 쟁점들이 남아 있다. 이러한 쟁점들에 관하여 향후 다양한 관점의 연구들이 이어지기를 기대한다.

참고문헌

- 국회정무위원회(2017), 「금융소비자보호법안, 금융소비자 보호 및 금융상품 판매에 관한 법률안, 금융소비자 보호에 관한 법률안 검토보고」
- 김갑래(2009), 「미국 연방증권법상 금융투자업자 규제에 새로운 경향-투자자문제공 브로커-딜러와 투자자문업자에 대한 규제체제의 조화-」, 『증권법연구』, 제10권 제2호
- 김주영(2016), 「금융소비자의 사전적 보호제도의 평가 및 제언」, 『국회입법조사처 세미나(금융소비자보호기본법 제정 관련 쟁점) 자료집』
- 권순현(2013), 『금융소비자보호법에 대한 입법평가』, 한국법제연구원
- 박철수(2017), 「독립 법인대리점의 문제와 신 채널 도입에 관한 연구」, 박사학위논문, 전주대학교
- 변환철·이재성(2013), 「금융소비자보호의 문제점과 개선방안에 관한 연구」, 『법학논문집』, 제37집 제1호, 중앙대학교 법학연구원
- 심현정(2018), 「국제비교를 통해 본 우리나라 가계 자산 특징 및 시사점」, 『미래에셋은퇴리포트』, No. 37
- 안수현(2016), 「금융소비자의 사전적 보호제도의 평가 및 제언」, 『국회입법조사처 세미나자료집 금융소비자보호기본법 제정 관련 쟁점』
- _____(2009), 「우리나라 금융소비자 보호제도의 개선방안」, 국회입법조사처
- 안철경·권오경(2010), 『독립판매채널의 성장과 생명보험회사의 대응』, 보험연구원
- 오승연(2014), 「가계의 자산 포트폴리오 변화 추이와 시사점」, 『보험동향』, 보험연구원
- 유진·손정국(2011), 「금융소비자와 독립투자자문업: 영국의 사례와 국내 시장에서의 함의」, 『소비자문제연구』, 제40호
- 이기형(2008), 「일본 금융상품판매법의 주요내용과 보험산업에 대한 영향」, 『Insurance Business Report』, 제28권
- 이형욱·맹수석(2016), 「금융소비자보호 기본법 제정안의 주요내용과 법적 쟁점」, 『금

- 용소비자연구』, 제6권 제1호
- 임재연(2017), 『자본시장법』, 박영사
- 전옥(2014), 「금융소비자보호제도에 관한 소고 - 금융소비자보호 관련 법률안에 대한 비판을 중심으로」, 『법학연구』, 제25권 제4호
- 전한덕(2017), 「금융소비자보호 기본법」 제정안에 대한 검토, 『법률논총』 제24권 제1호
- 진형오(2016), 「보험판매채널의 개선방안 연구: 비전속일반법인보험대리점(GA)를 중심으로」, 석사학위논문, 고려대학교
- 최병규(2007), 「2007 독일 보험계약법 개정안에 관한 소고」, 『상사판례연구』, 제20쇄 제1권
- 한기정(2019), 『보험업법』, 박영사
- 한기정·최준규(2014), 『보험규제에 관한 주요국의 법제연구: 모집채널, 행위규제 등을 중심으로』, 보험연구원
- 한명진(2015), 「독일 금융감독원의 조직과 권한에 대한 검토」, 『법과 정책연구』, 제15권 제1호, 한국법정책학회
- 한창희(2011), 「정보비대칭하에서의 보험자의 정보제공의무」, 『법학논총』, 제23권 제2호
- Benjamin P. Edwards(2017), “Conflicts & Capital Allocation”, *Ohio State Law Journal*
- Boyson, Nicole M.(2019), “The Worst of Both Worlds? Dual-Registered Investment Advisers”, *Northeastern U. D’Amore-McKim School of Business Research Paper*, No. 3360537
- Cynthia J. Borelli(2008), “Incentive-based Compensation, Contingent Commissions and Required Broker Disclosures: Is There a Meeting of the Minds?”, 19(4), *Federation of Regulatory Counsel Journal*, Vol. 19, Edition 4
- Financial Services Authority(FSA)(2012), “Retail Distribution Review: Independent

and Restricted Advice”

Hanig, Sam et al.(2018), “Distribution Enhancements Remain Important, Life/Annuity Insurers Continue Improvement Efforts”, A.M. Best, Exhibit 6

Internal Market and Services Directorate General of the European Commission(2010), “Consultation document on the Review of the Insurance Mediation Directive (IMD)”, Commission Staff Working Paper

James Sivon·Adam Maarec(2014), “The CFPB and the Business of Insurance: An Analysis of the Scope of CFPB’s Authority Over Insurance Sales”, Barnett Sivon & Natter, P.C.

Jeremy Burke·Angela A. Hung(2015), “Financial Advice Markets: A Cross-Country Comparison”

Jörg Begner(2014), “Fee-based investment advice: New rules to enter into force in August”, *Financial Advice Markets: A Cross-Country Comparison*, BaFin

Julia Black·Richard Nobles(1998), “Personal Pensions Misselling: The Causes and Lessons of Regulatory Failure”, *The Modern Law Review*, Vol. 61, No. 6

Kelly Cruz-Brown·Hilary Rowan·Susan Stead·R. John Street(2009), “Recent Developments in Insurance Regulations”, *Tort, Trial & Insurance Practice Law Journal*, Winter 2009

London Economics·Ipsos and VVA Europe(2017), “Study on consumers’ decision making in insurance services: a behavioural economics perspective”

Raymond A. Guenter·Elisabeth Ditomassi(2017), “Fundamentals of Insurance Regulation – The Rules and the Rationale”

SEC(2013), “Regulation of Investment Advisers by the U.S. Securities and Exchange Commission”

White House Council of Economic Advisors(2015), *The Effects of Conflicted Investment Advice on Retirement Savings*

일본 손해보험협회 가이드라인(2015. 6. 19), “お客さまからの信頼を高めていくための募集 コンプライアンスガイド[追補版] - 改正保険業法(2016年 5月 29日施行) 対応”

金融審議会(2013), “保険商品・サービスの提供等の在り方に関するワーキング・グループ”, 報告書

みずほ総合研究所株式会社(2019), “独立系フィナンシャルアドバイザー (IFA) に関する調査研究”

上原 純(2014), “金融審議会ワーキング・グループ報告書における保険募集規制の見直し”, 生命保険論集第187号

AXCO Insurance Market Reports, www.axco.co.uk

BaFin, https://www.bafin.de/SharedDocs/Veroeffentlichungen/EN/Fachartikel/2014/fa_bj_1407_honorar-anlageberatung_en.html?nn=7859034

The Council of Insurance Agents&Brokers(2017. 3. 21), <https://www.ciab.com/law-regulation-topic/producers-compensation>

<https://fas.org/sgp/crs/misc/R45073.pdf>

<https://buckleyfirm.com/blog/2018-05-24/trump-signs-legislation-enacting-bipartisan-regulatory-relief-bill>

<https://www.protiviti.com/US-en/insights/flash-report-economic-growth-regulatory-relief-consumer-protection-act>

<https://www.hyamagami.com/whats-ifa/>

<https://www.jip.co.jp/report/detail.php?report=00315>

https://www.bafin.de/EN/DieBaFin/AufgabenGeschichte/aufgabengeschichte_node_en.html;jsessionid=A0D28BF50FBE6E1D851B0834D76BB8AE.1_cid381

보험연구원(KIRI) 발간물 안내

※ 2017년부터 기존의 연구보고서, 정책보고서, 경영보고서가 연구보고서로 통합되었습니다.

■ 연구보고서

- 2017-1 보험산업 미래 / 김석영·윤성훈·이선주 2017.2
- 2017-2 자동차보험 과실상계제도 개선방안 / 전용식·채원영 2017.2
- 2017-3 상호협정 관련 입법정책 연구 / 정호열 2017.2
- 2017-4 저소득층 노후소득 보장을 위한 공사연계연금 연구 / 정원석·강성호·마지혜 2017.3
- 2017-5 자영업자를 위한 사적소득보상체계 개선방안 / 류건식·강성호·김동겸 2017.3
- 2017-6 우리나라 사회안전망 개선을 위한 현안 과제 / 이태열·최장훈·김유미 2017.4
- 2017-7 일본의 보험회사 도산처리제도 및 사례 / 정봉은 2017.5
- 2017-8 보험회사 업무위탁 관련 제도 개선방안 / 이승준·정인영 2017.5
- 2017-9 부채시가평가제도와 생명보험회사의 자본관리 / 조영현·이혜은 2017.8
- 2017-10 효율적 의료비 지출을 통한 국민건강보험의 보장성 강화 방안 / 김대환 2017.8
- 2017-11 인슈어테크 혁명: 현황 점검 및 과제 고찰 / 박소정·박지윤 2017.8
- 2017-12 생산물 배상책임보험 역할 제고 방안 / 이기형·이규성 2017.9
- 2017-13 보험금청구권과 소멸시효 / 권영준 2017.9
- 2017-14 2017년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2017.10
- 2017-15 2018년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석실 2017.11
- 2017-16 퇴직연금 환경변화와 연금세제 개편 방향 / 강성호·류건식·김동겸 2017.12
- 2017-17 자동차보험 한방진료 현황과 개선방안 / 송윤아·이소양 2017.12
- 2017-18 베이비부머 세대의 노후소득 / 최장훈·이태열·김미화 2017.12
- 2017-19 연금세제 효과연구 / 정원석·이선주 2017.12
- 2017-20 주요국의 지진보험 운영 현황 및 시사점 / 최창희·한성원 2017.12
- 2017-21 사적연금의 장기연금수령 유도방안 / 김세중·김유미 2017.12
- 2017-22 누적전망이론을 이용한 생명보험과 연금의 유보가격 측정 연구 / 지홍민 2017.12
- 2018-1 보증연장 서비스 규제 방안 / 백영화·박정희 2018.1
- 2018-2 건강생활서비스 공·사 협력 방안 / 조용운·오승연·김동겸 2018.2
- 2018-3 퇴직연금 가입자교육 개선 방안 / 류건식·강성호·이상우 2018.2

- 2018-4 IFRS 9과 보험회사의 ALM 및 자산배분 / 조영현·이혜은 2018.2
- 2018-5 보험상품 변천과 개발 방향 / 김석영·김세영·이선주 2018.2
- 2018-6 제리적 관점에서 본 실손의료보험 개선 방안 / 조재린·정성희 2018.3
- 2018-7 국내 보험회사의 금융겸업 현황과 시사점 / 전용식·이혜은 2018.3
- 2018-8 장애인의 위험보장 강화 방안 / 오승연·김석영·이선주 2018.4
- 2018-9 주요국 공·사 건강보험 연계 체계 분석 / 정성희·이태열·김유미 2018.4
- 2018-10 정신질환 위험보장 강화 방안 / 이정택·임태준·김동겸 2018.4
- 2018-11 기초서류 준수의무 위반 시 과징금 부과기준 개선방안 /
황현아·백영화·권오경 2018.8
- 2018-12 2018년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2018.9
- 2018-13 상속법의 관점에서 본 생명보험 / 최준규 2018.9
- 2018-14 호주 퇴직연금제도 현황과 시사점 / 이경희 2018.9
- 2018-15 빅데이터 기반의 사이버위험 측정 방법 및 사이버사고 예측모형 연구 /
이진무 2018.9
- 2018-16 빅데이터 분석에 의한 요율산정 방법 비교: 실손의료보험 적용 사례 /
이항석 2018.9
- 2018-17 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 검토 / 백영화·손민숙 2018.10
- 2018-18 보험회사 해외채권투자와 환헤지 / 황인창·임준환·채원영 2018.10
- 2018-19 베트남 생명보험산업의 현황 및 시사점 / 조용운·김동겸 2018.10
- 2018-20 여성 관련 연금정책 평가와 개선 방향 / 강성호·류건식·김동겸 2018.10
- 2018-21 디지털 경제 활성화를 위한 사이버보험 역할제고 방안 / 임준·이상우·
이소양 2018.11
- 2018-22 인구 고령화와 일본 보험산업 변화 / 윤성훈·김석영·한성원·손민숙
2018.11
- 2018-23 퇴직연금금 디폴트 옵션 도입 방안 및 부채연계투자전략에 관한 연구 /
성주호 2018.11
- 2018-24 보험 산업의 블록체인 활용: 점검 및 대응 / 김현수·권혁준 2018.11
- 2018-25 생명보험산업의 금리위험 평가: 보험부채 중심으로 / 임준환·최장훈·한성원
2018.11
- 2018-26 보험회사의 장수위험에 관한 연구 / 김세중·김유미 2018.11
- 2018-27 보험산업 전망과 과제: 2019년 및 중장기 / 동향분석실 2018.11
- 2018-28 보험산업 중장기 전망 / 전용식·김유미·최예린 2018.12
- 2018-29 빅데이터 활용 현황과 개선 방안 / 최창희·홍민지 2018.12
- 2018-30 판매채널 변화가 보험산업에 미치는 영향 / 정원석·김석영·박정희 2018.12

- 2018-31 Solvency II 시행 전후 유럽보험시장과 시사점 / 김해식 2018.12
 2018-32 보험회사 대출채권 운용의 특징과 시사점 / 조영현·황인창·이혜은 2018.12
 2019-1 보험회사의 시스템리스크에 대한 고찰 / 김범 2019.1
 2019-2 인도 보험시장 현황 및 진출 전략 / 이승준·정인영 2019.8
 2019-3 2019년 보험소비자 설문조사 / 금융소비자연구실 2019.10
 2019-4 암보험 관련 주요 분쟁사례 연구 / 백영화·박정희 2019.10
 2019-5 계약자 신뢰 제고를 위한 보험마케팅 - 상품과 수수료 중심으로 - / 정세창 2019.10
 2019-6 생명보험 전매거래에 관한 연구 / 홍지민 2019.10
 2019-7 재보험 출재전략 연구 / 김석영·이규성 2019.11
 2019-8 확정급여형 퇴직연금 수급권보호 방안 / 류건식·강성호·이상우 2019.11

■ 연구보고서(구)

- 2008-1 보험회사의 리스크 중심 경영전략에 관한 연구 / 최영목·장동식·김동겸 2008.1
 2008-2 한국 보험시장과 공정거래법 / 정호열 2008.6
 2008-3 확정급여형 퇴직연금의 자산운용 / 류건식·이경희·김동겸 2008.3
 2009-1 보험설계사의 특성분석과 고능률화 방안 / 안철경·권오경 2009.1
 2009-2 자동차사고의 사회적 비용 최소화 방안 / 기승도 2009.2
 2009-3 우리나라 가계부채 문제의 진단과 평가 / 유경원·이혜은 2009.3
 2009-4 사적연금의 노후소득보장 기능제고 방안 / 류건식·이창우·김동겸 2009.3
 2009-5 일반화선형모형(GLM)을 이용한 자동차보험 요율상대도 산출 방법 연구 / 기승도·김대환 2009.8
 2009-6 주행거리에 연동한 자동차보험제도 연구 / 기승도·김대환·김혜란 2010.1
 2010-1 우리나라 가계 금융자산 축적 부진의 원인과 시사점 / 유경원·이혜은 2010.4
 2010-2 생명보험상품별 해지율 추정 및 예측 모형 / 황진태·이경희 2010.5
 2010-3 보험회사 자산관리서비스 사업모형 검토 / 진 익·김동겸 2010.7

■ 정책보고서(구)

- 2008-2 환경오염리스크관리를 위한 보험제도 활용방안 / 이기형 2008.3
 2008-3 금융상품의 정의 및 분류에 관한 연구 / 유지호·최 원 2008.3
 2008-4 2009년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·이태열·신종협·황진태·유진아·김세환·이정환·박정희·김세중·최이섭 2008.11

- 2009-1 현 금융위기 진단과 위기극복을 위한 정책제언 / 진 익·이민환·유경원·최영목·최형선·최 원·이경아·이혜은 2009.2
- 2009-2 퇴직연금의 급여 지급 방식 다양화 방안 / 이경희 2009.3
- 2009-3 보험분쟁의 재판외적 해결 활성화 방안 / 오영수·김경환·이종욱 2009.3
- 2009-4 2010년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·황진태·변혜원·이경희·이정환·박정희·김세중·최이섭 2009.12
- 2009-5 금융상품 판매전문회사의 도입이 보험회사에 미치는 영향 / 안철경·변혜원·권오경 2010.1
- 2010-1 보험사기 영향요인과 방지방안 / 송윤아 2010.3
- 2010-2 2011년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·김대환·이경희·이정환·최 원·김세중·최이섭 2010.12
- 2011-1 금융소비자 보호 체계 개선방안 / 오영수·안철경·변혜원·최영목·최형선·김경환·이상우·박정희·김미화 2010.4
- 2011-2 일반공제사업 규제의 합리화 방안 / 오영수·김경환·박정희 2011.7
- 2011-3 퇴직연금 적립금의 연금전환 유도방안 / 이경희 2011.5
- 2011-4 저출산·고령화와 금융의 역할 / 윤성훈·류건식·오영수·조용운·진 익·유진아·변혜원 2011.7
- 2011-5 소비자 보호를 위한 보험유통채널 개선방안 / 안철경·이경희 2011.11
- 2011-6 2012년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·황진태·이정환·최 원·김세중·오병국 2011.12
- 2012-1 인적사고 보험금의 지급방식 다양화 방안 / 조재린·이기형·정인영 2012.8
- 2012-2 보험산업 진입 및 퇴출에 관한 연구 / 이기형·변혜원·정인영 2012.10
- 2012-3 금융위기 이후 보험규제 변화 및 시사점 / 임준환·유진아·이경아 2012.11
- 2012-4 소비자중심의 변액연금보험 개선방안 연구: 공시 및 상품설계 개선을 중심으로 / 이기형·임준환·김해식·이경희·조영현·정인영 2012.12
- 2013-1 생명보험의 자살면책기간이 자살에 미치는 영향 / 이창우·윤상호 2013.1
- 2013-2 퇴직연금 지배구조체계 개선방안 / 류건식·김대환·이상우 2013.1
- 2013-3 2013년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·전용식·이정환·최 원·김세중·채원영 2013.2
- 2013-4 사회안전망 체제 개편과 보험산업 역할 / 진 익·오병국·이성은 2013.3
- 2013-5 보험지주회사 감독체계 개선방안 연구 / 이승준·김해식·조재린 2013.5
- 2013-6 2014년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·전용식·최 원·김세중·채원영 2013.12
- 2014-1 보험시장 경쟁정책 투명성 제고방안 / 이승준·강민규·이해량 2014.3

- 2014-2 국내 보험회사 지급여력규제 평가 및 개선방안 / 조재린·김해식·김석영 2014.3
- 2014-3 공·사 사회안전망의 효율적인 역할 제고 방안 / 이태열·강성호·김유미 2014.4
- 2014-4 2015년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·김석영·김진익·최 원·채원영·이아름·이해랑 2014.11
- 2014-5 의료보장체계 합리화를 위한 공·사건강보험 협력방안 / 조용운·김경환·김미화 2014.12
- 2015-1 보험회사 재무건전성 규제 - IFRS와 RBC 연계방안 / 김해식·조재린·이경아 2015.2
- 2015-2 2016년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·김석영·김진익·최 원·채원영·이아름·이해랑 2015.11
- 2016-1 정년연장의 노후소득 개선 효과와 개인연금의 정책방향 / 강성호·정봉은·김유미 2016.2
- 2016-2 국민건강보험 보장률 인상 정책 평가: DSGE 접근법 / 임태준·이정택·김혜란 2016.11
- 2016-3 2017년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석실 2016.12

■ 경영보고서(구)

- 2009-1 기업휴지보험 활성화 방안 연구 / 이기형·한상용 2009.3
- 2009-2 자산관리서비스 활성화 방안 / 진 익 2009.3
- 2009-3 탄소시장 및 녹색보험 활성화 방안 / 진 익·유시용·이경아 2009.3
- 2009-4 생명보험회사의 지속가능성장에 관한 연구 / 최영목·최 원 2009.6
- 2010-1 독립판매채널의 성장과 생명보험회사의 대응 / 안철경·권오경 2010.2
- 2010-2 보험회사의 윤리경영 운영실태 및 개선방안 / 오영수·김경환 2010.2
- 2010-3 보험회사의 퇴직연금사업 운영전략 / 류건식·이창우·이상우 2010.3
- 2010-4(1) 보험환경변화에 따른 보험산업 성장방안 / 산업연구실·정책연구실·동향분석실 2010.6
- 2010-4(2) 종합금융서비스를 활용한 보험산업 성장방안 / 금융제도실·재무연구실 2010.6
- 2010-5 변액보험 보증리스크관리연구 / 권용재·장동식·서성민 2010.4
- 2010-6 RBC 내부모형 도입 방안 / 김해식·최영목·김소연·장동식·서성민 2010.10
- 2010-7 금융보증보험 가격결정모형 / 최영수 2010.7
- 2011-1 보험회사의 비대면채널 활용방안 / 안철경·변혜원·서성민 2011.1

- 2011-2 보증보험의 특성과 리스크 평가 / 최영목·김소연·김동겸 2011.2
- 2011-3 충성도를 고려한 자동차보험 마케팅전략 연구 / 기승도·황진태 2011.3
- 2011-4 보험회사의 상조서비스 기여방안 / 황진태·기승도·권오경 2011.5
- 2011-5 사기성클레임에 대한 최적조사방안 / 송윤아·정인영 2011.6
- 2011-6 민영의료보험의 보험리스크관리방안 / 조용운·황진태·김미화 2011.8
- 2011-7 보험회사의 개인형 퇴직연금 운영방안 / 류건식·김대환·이상우 2011.9
- 2011-8 퇴직연금시장의 환경변화에 따른 확정기여형 퇴직연금 운영방안 / 김대환·류건식·이상우 2011.10
- 2012-1 국내 생명보험회사의 기업공개 평가와 시사점 / 조영현·전용식·이혜은 2012.7
- 2012-2 보험산업 비전 2020 : @ sure 4.0 / 진 익·김동겸·김혜란 2012.7
- 2012-3 현금흐름방식 보험료 산출의 시행과 과제 / 김해식·김석영·김세영·이혜은 2012.9
- 2012-4 보험회사의 장수리스크 발생원인과 관리방안 / 김대환·류건식·김동겸 2012.9
- 2012-5 은퇴가구의 경제형태 분석 / 유경원 2012.9
- 2012-6 보험회사의 날씨리스크 인수 활성화 방안: 지수형 날씨보험을 중심으로 / 조재린·황진태·권용재·채원영 2012.10
- 2013-1 자동차보험시장의 가격경쟁이 손해율에 미치는 영향과 시사점 / 전용식·채원영 2013.3
- 2013-2 중국 자동차보험 시장점유율 확대방안 연구 / 기승도·조용운·이소양 2013.5
- 2016-1 뉴 노멀 시대의 보험회사 경영전략 / 임준환·정봉은·황인창·이혜은·김혜란·정승연 2016.4
- 2016-2 금융보증보험 잠재 시장 연구: 지방자치단체 자금조달 시장을 중심으로 / 최창희·황인창·이경아 2016.5
- 2016-3 퇴직연금시장 환경변화와 보험회사 대응방안 / 류건식·강성호·김동겸 2016.5

■ 조사보고서

- 2008-1 보험회사 글로벌화를 위한 해외보험시장 조사 / 양성문·김진억·지재원·박정희·김세중 2008.2
- 2008-2 노인장기요양보험 제도 도입에 대응한 장기간병보험 운영 방안 / 오영수 2008.3
- 2008-3 2008년 보험소비자 설문조사 / 안철경·기승도·이상우 2008.4

- 2008-4 주요국의 보험상품 판매권유 규제 / 이상우 2008.3
- 2009-1 2009년 보험소비자 설문조사 / 안철경·이상우·권오경 2009.3
- 2009-2 Solvency II의 리스크 평가모형 및 측정 방법 연구 / 장동식 2009.3
- 2009-3 이슬람 보험시장 진출방안 / 이진면·이정환·최이섭·정중영·최태영 2009.3
- 2009-4 미국 생명보험 정산거래의 현황과 시사점 / 김해식 2009.3
- 2009-5 헤지펀드 운용전략 활용방안 / 진 익·김상수·김종훈·변귀영·유시용 2009.3
- 2009-6 복합금융 그룹의 리스크와 감독 / 이민환·전선애·최 원 2009.4
- 2009-7 보험산업 글로벌화를 위한 정책적 지원방안 / 서대교·오영수·김영진 2009.4
- 2009-8 구조화금융 관점에서 본 금융위기 분석 및 시사점 / 임준환·이민환·
윤건용·최 원 2009.7
- 2009-9 보험리스크 측정 및 평가 방법에 관한 연구 / 조용운·김세환·김세중 2009.7
- 2009-10 생명보험계약의 효력상실·해약분석 / 류건식·장동식 2009.8
- 2010-1 과거 금융위기 사례분석을 통한 최근 글로벌 금융위기 전망 / 신종협·
최형선·최 원 2010.3
- 2010-2 금융산업의 영업행위 규제 개선방안 / 서대교·김미화 2010.3
- 2010-3 주요국의 민영건강보험의 운영체제와 시사점 / 이창우·이상우 2010.4
- 2010-4 2010년 보험소비자 설문조사 / 변혜원·박정희 2010.4
- 2010-5 산재보험의 운영체제에 대한 연구 / 송윤아 2010.5
- 2010-6 보험산업 내 공정거래규제 조화방안 / 이승준·이종욱 2010.5
- 2010-7 보험종류별 진료수가 차등적용 개선방안 / 조용운·서대교·김미화 2010.4
- 2010-8 보험회사의 금리위험 대응전략 / 진 익·김해식·유진아·김동겸 2011.1
- 2010-9 퇴직연금 규제체계 및 정책방향 / 류건식·이창우·이상우 2010.7
- 2011-1 생명보험설계사 활동실태 및 만족도 분석 / 안철경·황진태·서성민 2011.6
- 2011-2 2011년 보험소비자 설문조사 / 김대환·최 원 2011.5
- 2011-3 보험회사 녹색금융 참여방안 / 진 익·김해식·김혜란 2011.7
- 2011-4 의료시장 변화에 따른 민영실손의료보험의 대응 / 이창우·이기형 2011.8
- 2011-5 아세안 주요국의 보험시장 규제제도 연구 / 조용운·변혜원·이승준·
김경환·오병국 2011.11
- 2012-1 2012년 보험소비자 설문조사 / 황진태·전용식·윤상호·기승도·
이상우·최 원 2012.6
- 2012-2 일본의 퇴직연금제도 운영체제 특징과 시사점 / 이상우·오병국 2012.12
- 2012-3 솔벤시 II의 보고 및 공시 체계와 시사점 / 장동식·김경환 2012.12
- 2013-1 2013년 보험소비자 설문조사 / 전용식·황진태·변혜원·정원석·
박선영·이상우·최 원 2013.8

- 2013-2 건강보험 진료비 전망 및 활용방안 / 조용운·황진태·조재린 2013.9
- 2013-3 소비자 신뢰 제고와 보험상품 정보공시 개선방안 / 김해식·변혜원·황진태 2013.12
- 2013-4 보험회사의 사회적 책임 이행에 관한 연구 / 변혜원·조영현 2013.12
- 2014-1 주택연금 연계 간병보험제도 도입 방안 / 박선영·권오경 2014.3
- 2014-2 소득수준을 고려한 개인연금 세제 효율화방안: 보험료 납입단계의 세제방식 중심으로 / 정원석·강성호·이상우 2014.4
- 2014-3 보험규제에 관한 주요국의 법제연구: 모집채널, 행위 규제 등을 중심으로 / 한기정·최준규 2014.4
- 2014-4 보험산업 환경변화와 판매채널 전략 연구 / 황진태·박선영·권오경 2014.4
- 2014-5 거시경제 환경변화의 보험산업 파급효과 분석 / 전성주·전용식 2014.5
- 2014-6 국내경제의 일본식 장기부진 가능성 검토 / 전용식·윤성훈·채원영 2014.5
- 2014-7 건강생활관리서비스 사업모형 연구 / 조용운·오승연·김미화 2014.7
- 2014-8 보험개인정보 보호법제 개선방안 / 김경환·강민규·이해광 2014.8
- 2014-9 2014년 보험소비자 설문조사 / 전용식·변혜원·정원석·박선영·오승연·이상우·최 원 2014.8
- 2014-10 보험회사 수익구조 진단 및 개선방안 / 김석영·김세중·김혜란 2014.11
- 2014-11 국내 보험회사의 해외사업 평가와 제언 / 전용식·조영현·채원영 2014.12
- 2015-1 보험민원 해결 프로세스 선진화 방안 / 박선영·권오경 2015.1
- 2015-2 재무건전성 규제 강화와 생명보험회사의 자본관리 / 조영현·조재린·김혜란 2015.2
- 2015-3 국내 배상책임보험 시장 성장 저해 요인 분석 - 대인사고 손해배상액 산정 기준을 중심으로 - / 최창희·정인영 2015.3
- 2015-4 보험산업 신뢰도 제고 방안 / 이태열·황진태·이선주 2015.3
- 2015-5 2015년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2015.8
- 2015-6 인구 및 가구구조 변화가 보험 수요에 미치는 영향 / 오승연·김유미 2015.8
- 2016-1 경영환경 변화와 주요 해외 보험회사의 대응 전략 / 전용식·조영현 2016.2
- 2016-2 시스템리스크를 고려한 복합금융그룹 감독방안 / 이승준·민세진 2016.3
- 2016-3 저성장 시대 보험회사의 비용관리 / 김해식·김세중·김현경 2016.4
- 2016-4 자동차보험 해외사업 경영성과 분석과 시사점 / 전용식·송윤아·채원영 2016.4
- 2016-5 금융·보험세제연구: 집합투자기구, 보험 그리고 연금세제를 중심으로 / 정원석·임 준·김유미 2016.5
- 2016-6 가용자본 산출 방식에 따른국내 보험회사 지급여력 비교 / 조재린·

- 황인창·이경아 2016.5
- 2016-7 해외 사례를 통해 본 중·소형 보험회사의 생존전략 / 이태열·김해식·김현경 2016.5
- 2016-8 생명보험회사의 연금상품 다양화 방안: 종신소득 보장기능을 중심으로 / 김세중·김혜란 2016.6
- 2016-9 2016년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2016.8
- 2016-10 자율주행자동차 보험제도 연구 / 이기형·김혜란 2016.9
- 2019-1 자동차보험 잔여시장제도 개선 방향 연구 / 기승도·홍민지 2019.5

■ 이슈보고서

- 2019-1 실손의료보험 현황과 개선 방안 / 정성희·문혜정 2019.10

■ 조사자료집

- 2014-1 보험시장 자유화에 따른 보험산업 환경변화 / 최 원·김세중 2014.6
- 2014-2 주요국 내부자본적정성 평가 및 관리 제도 연구 - Own Risk and Solvency Assessment - / 장동식·이정환 2014.8
- 2015-1 고령층 대상 보험시장 현황과 해외사례 / 강성호·정원석·김동겸 2015.1
- 2015-2 경증치매자 보호를 위한 보험회사의 치매신탁 도입방안 / 정봉은·이선주 2015.2
- 2015-3 소비자 금융이해력 강화 방안: 보험 및 연금 / 변혜원·이해랑 2015.4
- 2015-4 글로벌 금융위기 이후 세계경제의 구조적 변화 / 박대근·박춘원·이향용 2015.5
- 2015-5 노후소득보장을 위한 주택연금 활성화 방안 / 전성주·박선영·김유미 2015.5
- 2015-6 고령화에 대응한 생애자산관리 서비스 활성화 방안 / 정원석·김미화 2015.5
- 2015-7 일반 손해보험 요율제도 개선방안 연구 / 김석영·김혜란 2015.12
- 2018-1 변액연금 최저보증 및 사업비 부과 현황 조사 / 김세환 2018.2
- 2018-2 리콜 리스크관리와 보험의 역할 / 김세환 2018.12
- 2018-3 주요국 혼합형 퇴직연금제도 현황과 시사점 / 이상우 2018.12

■ 연차보고서

- 제 1 호 2008년 연차보고서 / 보험연구원 2009.4
- 제 2 호 2009년 연차보고서 / 보험연구원 2010.3

- 제 3 호 2010년 연차보고서 / 보험연구원 2011.3
- 제 4 호 2011년 연차보고서 / 보험연구원 2012.3
- 제 5 호 2012년 연차보고서 / 보험연구원 2013.3
- 제 6 호 2013년 연차보고서 / 보험연구원 2013.12
- 제 7 호 2014년 연차보고서 / 보험연구원 2014.12
- 제 8 호 2015년 연차보고서 / 보험연구원 2015.12
- 제 9 호 2016년 연차보고서 / 보험연구원 2017.1
- 제 10 호 2017년 연차보고서 / 보험연구원 2018.1
- 제 11 호 2018년 연차보고서 / 보험연구원 2019.1

■ 영문발간물

- 제 7 호 Korean Insurance Industry 2008 / KIRI, 2008.9
- 제 8 호 Korean Insurance Industry 2009 / KIRI, 2009.9
- 제 9 호 Korean Insurance Industry 2010 / KIRI, 2010.8
- 제10호 Korean Insurance Industry 2011 / KIRI, 2011.10
- 제11호 Korean Insurance Industry 2012 / KIRI, 2012.11
- 제12호 Korean Insurance Industry 2013 / KIRI, 2013.12
- 제13호 Korean Insurance Industry 2014 / KIRI, 2014.8
- 제14호 Korean Insurance Industry 2015 / KIRI, 2015.8
- 제15호 Korean Insurance Industry 2016 / KIRI, 2016.8
- 제16호 Korean Insurance Industry 2017 / KIRI, 2017.8
- 제17호 Korean Insurance Industry 2018 / KIRI, 2018.8
- 제18호 Korean Insurance Industry 2019 / KIRI, 2019.8
- 제 7 호 Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2013 / KIRI, 2014.2
- 제 8 호 Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2013 / KIRI, 2014.5
- 제 9 호 Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2014 / KIRI, 2014.8
- 제10호 Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2014 / KIRI, 2014.10
- 제11호 Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2014 / KIRI, 2015.2
- 제12호 Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2014 / KIRI, 2015.4
- 제13호 Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2015 / KIRI, 2015.8
- 제14호 Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2015 / KIRI, 2015.11
- 제15호 Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2015 / KIRI, 2016.2
- 제16호 Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2015/ KIRI, 2016.6

제17호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2016/ KIRI, 2016.9
제18호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2016/ KIRI, 2016.12
제19호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2016/ KIRI, 2017.2
제20호	Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2016/ KIRI, 2017.5
제21호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2017/ KIRI, 2017.9
제22호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2017/ KIRI, 2017.11
제23호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2017/ KIRI, 2018.2
제24호	Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2017/ KIRI, 2018.5
제25호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2018/ KIRI, 2018.8
제26호	Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2018/ KIRI, 2018.12
제27호	Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2018/ KIRI, 2019.2
제28호	Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2018/ KIRI, 2019.4
제29호	Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2019/ KIRI, 2019.10

■ CEO Report

2008-1	자동차보험 물적담보 손해를 관리 방안 / 기승도 2008.6
2008-2	보험산업 소액지급결제시스템 참여 관련 주요 이슈 / 이태열 2008.6
2008-3	FY2008 수입보험료 전망 / 동향분석실 2008.8
2008-4	퇴직급여보장법 개정안의 영향과 보험회사 대응과제 / 류건식·서성민 2008.12
2009-1	FY2009 보험산업 수정전망과 대응과제 / 동향분석실 2009.2
2009-2	퇴직연금 예금보험요율 적용의 타당성 검토 / 류건식·김동겸 2009.3
2009-3	퇴직연금 사업자 관련규제의 적정성 검토 / 류건식·이상우 2009.6
2009-4	퇴직연금 가입 및 인식실태 조사 / 류건식·이상우 2009.10
2010-1	복수사용자 퇴직연금제도의 도입 및 보험회사의 대응과제 / 김대환·이상우·김혜란 2010.4
2010-2	FY2010 수입보험료 전망 / 동향분석실 2010.6
2010-3	보험소비자 보호의 경영전략적 접근 / 오영수 2010.7
2010-4	장기손해보험 보험사기 방지를 위한 보험금 지급심사제도 개선 / 김대환·이기형 2010.9
2010-5	퇴직금 중간정산의 문제점과 개선과제 / 류건식·이상우 2010.9
2010-6	우리나라 신용카드시장의 특징 및 개선논의 / 최형선 2010.11
2011-1	G20 정상회의의 금융규제 논의 내용 및 보험산업에 대한 시사점 /

- 김동겸 2011.2
- 2011-2 영국의 공동계정 운영체계 / 최형선·김동겸 2011.3
- 2011-3 FY2011 수입보험료 전망 / 동향분석실 2011.7
- 2011-4 근퇴법 개정에 따른 퇴직연금 운영방안과 과제 / 김대환·류건식 2011.8
- 2012-1 FY2012 수입보험료 전망 / 동향분석실 2012.8
- 2012-2 건강생활서비스법 제정(안)에 대한 검토 / 조용운·이상우 2012.11
- 2012-3 보험연구원 명사초청 보험발전 간담회 토론 내용 / 윤성훈·전용식·전성주·채원영 2012.12
- 2012-4 새정부의 보험산업 정책(I): 정책공약집을 중심으로 / 이기형·정인영 2012.12
- 2013-1 새정부의 보험산업 정책(II): 국민건강보험 본인부담경감제 정책에 대한 평가 / 김대환·이상우 2013.1
- 2013-2 새정부의 보험산업 정책(III): 제18대 대통령직인수위원회 제안 국정과제를 중심으로 / 이승준 2013.3
- 2013-3 FY2013 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2013.7
- 2013-4 유럽 복합금융그룹의 보험회사업 매각 원인과 시사점 / 전용식·윤성훈 2013.7
- 2014-1 2014년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2014.6
- 2014-2 인구구조 변화가 보험계약규모에 미치는 영향 분석 / 김석영·김세중 2014.6
- 2014-3 『보험 혁신 및 건전화 방안』의 주요 내용과 시사점 / 이태열·조재린·황진태·송윤아 2014.7
- 2014-4 아베노믹스 평가와 시사점 / 임준환·황인창·이혜은 2014.10
- 2015-1 연말정산 논란을 통해 본 소득세제 개선 방향 / 강성호·류건식·정원석 2015.2
- 2015-2 2015년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2015.6
- 2015-3 보험산업 경쟁력 제고 방안 및 이의 영향 / 김석영 2015.10
- 2016-1 금융규제 운영규정 제정 의미와 시사점 / 김석영 2016.1
- 2016-3 2016년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2016.7
- 2016-4 EU Solvency II 경과조치의 의미와 시사점 / 황인창·조재린 2016.7
- 2016-5 비급여 진료비 관련 최근 논의 동향과 시사점 / 정성희·이태열 2016.9
- 2017-1 보험부채 시가평가와 보험산업의 과제 / 김해식 2017.2
- 2017-2 2017년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2017.7
- 2017-3 1인 1 퇴직연금시대의 보험회사 IRP 전략 / 류건식·이태열 2017.7
- 2018-1 2018년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2018.7

- 2018-2 북한 보험산업의 이해와 대응 / 안철경·정인영 2018.7
 2019-1 기후변화 위험과 보험회사의 대응 방안 / 이승준 2019.4
 2019-2 2019년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2019.7
 2019-3 보험생태계 강화를 위한 과제 / 김동겸·정인영 2019.8

■ Insurance Business Report

- 26호 퇴직연금 중심의 근로자 노후소득보장 과제 / 류건식·김동겸 2008.2
 27호 보험부채의 리스크마진 측정 및 적용 사례 / 이경희 2008.6
 28호 일본 금융상품 판매법의 주요내용과 보험산업에 대한 영향 / 이기형 2008.6
 29호 보험회사의 노인장기요양 사업 진출 방안 / 오영수 2008.6
 30호 교차모집제도의 활용의향 분석 / 안철경·권오경 2008.7
 31호 퇴직연금 국제회계기준의 도입영향과 대응과제 / 류건식·김동겸 2008.7
 32호 보험회사의 헤지펀드 활용방안 / 진 익 2008.7
 33호 연금보험의 확대와 보험회사의 대응과제 / 이경희·서성민 2008.9

■ 간행물

- 보험동향 / 연 4회
 ○ 보험금융연구 / 연 4회

※ 2008년 이전 발간물은 보험연구원 홈페이지(<http://www.kiri.or.kr>)에서 확인하시기 바랍니다.

『 도서 회원 가입 안내 』

회원 및 제공자료

	법인회원	특별회원	개인회원
연회비	₩ 300,000원	₩ 150,000원	₩ 150,000원
제공자료	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY
	- 영문연차보고서	-	-

※ 특별회원 가입대상 : 도서관 및 독서진흥법에 의하여 설립된 공공도서관 및 대학도서관

가입문의

보험연구원 도서회원 담당

전화 : (02) 3775 - 9113 팩스 : (02) 3775 - 9102

회비납입방법

- 무통장입금 : 국민은행 (400401 - 01 - 125198)

예금주 : 보험연구원

가입절차

보험연구원 홈페이지(www.kiri.or.kr)에 접속 후 도서회원가입신청서를 작성·등록 후 회비입금을 하시면 확인 후 1년간 회원자격이 주어집니다.

자료구입처

서울 : 보험연구원 자료실 (02-3775-9113 / lsy@kiri.or.kr)

저 자 약 력

양 승 현

워싱턴 주립대학(University of Washington) 로스쿨 법학석사(LL.M., 2014)
사법연수원 (36기) 수료
(전)김장법률사무소
보험연구원 연구위원
(E-mail : shyang@kiri.or.kr)

손 민 숙

부산대학교 법학전문대학원 석사
보험연구원 연구위원
(E-mail : sms27@kiri.or.kr)

연구보고서 2019-9

금융소비자보호법의 도입과 정책과제

발행일 2019년 11월

발행인 안 철 경

발행처 **보 험 연 구 원**

서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 38

화재보험협회빌딩

대표전화 : (02) 3775-9000

조판및
인 쇄 고려씨엔피

ISBN 979-11-89741-19-8 94320

979-11-85691-50-3 (세트)

정가 10,000원