



EU의 온라인 보험판매 규제

양승현 연구위원

인터넷 비교사이트, 플랫폼 등 온라인 보험마케팅의 증가로 규제 범위 명확화 필요성이 대두됨. EU는 이를 위해 보험상품판매지침(2018년 시행)상에 ‘보험판매’를 정의하면서 온라인 보험판매 관련 사항을 명시함. 즉, ‘보험판매’는 고객이 직·간접적으로 웹 사이트 등 매체를 통해 보험계약을 체결할 수 있는 경우 이를 통해 (i) 고객이 선택한 범주에 따라 하나 이상의 보험상품에 대한 정보를 제공하는 행위 또는 (ii) 보험계약의 가격, 상품비교, 보험료할인 등 보험상품 순위를 집계하는 행위를 포함함. 다만, 보험판매인에게 단순히 가망 고객 관련 정보를 제공하거나, 가망 고객에게 보험상품 등 관련 정보를 제공하는 행위는 제공자가 보험계약 체결에 추가로 노력하는 바가 없다면 보험판매로 보지 않음. 향후 지속적으로 변화·발전되는 온라인 보험마케팅이 EU내에서 구체적으로 어떻게 판단되고 규제될지는 추이를 지켜볼 필요가 있음

■ 전 세계적으로 인터넷 비교사이트, 플랫폼 등 온라인을 통한 보험판매가 증가하는 가운데, 온라인상에서 이루어지는 다양한 보험마케팅을 어떻게 규제할 것인지 여부에 대해 각국에서 다양한 논의가 이루어지고 있음

- 그 중에서도 설명의무, 적합성 원칙 등 소비자 보호를 위한 행위규제는 주로 보험상품의 ‘모집 행위’에 적용되고, 통상 이를 행할 수 있는 자는 모집 자격을 갖춘 자¹⁾로 제한되므로, 온라인 보험마케팅의 ‘모집 행위’ 해당 여부는 이러한 논의의 시작점이라 할 수 있음
 - 특정한 온라인 보험마케팅이 ‘모집 행위’에 해당하는지 여부가 명확하지 않은 경우, 불완전판매로 인한 소비자 피해가 우려됨은 물론, 수범자의 규제 위험도 높아져 4차 산업혁명 시대의 기술발전에 따른 소비자 편의성 및 보험영업 창의성 증진 역시 저해될 우려가 있음
- EU는 온라인 보험마케팅의 보험 모집 규제 범위에 대한 규제 불명확성 해결을 위해 2018년 시행된 보험상품판매지침(Insurance Distribution Directive)²⁾에 인터넷을 통한 보험상품 정보 제공 내지 가격 등 비교행위가 ‘보험판매’에 해당됨을 명시한 바, 본고에서는 그 내용을 살펴보기로 함

1) 우리법상 보험회사의 임직원, 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사로 제한됨(보험업법 제83조 제1항)

2) Directive (EU) 2016/97 of the European Parliament and of the Council of 20 January 2016 on insurance distribution (recast)을 말함

■ **에그리게이터 등 비교사이트³⁾를 통한 보험판매가 일찍이 발달해 온 EU의 경우, 그간 개별 당사국 차원에서 인터넷을 통한 보험마케팅이 규제대상인 보험판매행위에 해당되는지 여부 및 그 판단기준 등에 대해 많은 논의가 이루어져 왔음**

- 예컨대, 영국의 금융감독청⁴⁾은 가격비교사이트 현황을 모니터링한 후, 2011년 지침⁵⁾을 발간하여 이러한 사이트를 통해 통상적으로 이루어지는 행위 중 규제대상 행위에 해당할 수 있는 행위를 예시하는 등 일응의 판단기준을 제시함
 - 예컨대, 가격비교사이트에서 고객이 보험계약을 체결할 수 있도록 보험회사나 보험판매인의 링크를 제공하는 경우, 여러 보험계약의 특징을 수동적으로 게시하는 것이 아니라 적극적으로 조건들을 비교하는 경우 등 다양한 경우에 규제대상 행위에 해당될 수 있음
- 독일의 경우, 커피판매회사(Tchibo)의 웹 사이트상 보험광고가 무허가 보험중개행위에 해당하는지 여부가 문제된 사안에서 연방법원은 인터넷상의 단순한 정보제공자와 보험중개자 간의 구분은 '수행된 행위의 객관적 외관'에 따라야 한다고 하면서 아래와 같이 판단기준을 제시함⁶⁾
 - 물품판매회사가 특정 보험상품을 웹 사이트상에 광고하면서 보험중개사의 웹 사이트에서 온라인을 통해 계약이 체결될 수 있도록 하는 경우, 소비자에게 웹 사이트 운영자의 변경이 감추어져 있다면 물품판매회사 또한 보험중개사에 해당함
- EU내 시장통합을 촉진하고, 보험상품판매에 참여하는 자들 간에 공정한 경쟁의 장(Level Playing Field)을 보장하기 위하여 제정된 보험상품판매지침은 '보험판매'의 정의 규정을 통해 기존에 당사국 차원에서 이루어지던 논의에 통일된 기준을 제시함

■ **보험상품판매지침은 규제대상인 '보험판매'를 정의⁷⁾하면서, 인터넷 등 매체를 활용한 정보제공 내지 비교 사이트 운영이 포함될 수 있음을 명확히 함**

- 보험판매란, 보험계약의 체결에 관하여 조언하거나, 이를 제안하거나 기타의 준비업무를 수행하거나, 보험계약을 체결하거나, 보험계약의 관리 및 이행(특히, 보험금청구의 경우)에 조력하는 행위를 말함
 - 조언(Advice)이란, 다시 '고객의 요청에 따라, 혹은 보험판매인⁸⁾이 선제적으로 하나 이상의 보험계약에 관해 고객에게 개인적 추천을 제공'하는 행위로 정의됨⁹⁾

3) 비교사이트의 정의에 관해 확립된 바는 없으나, 유럽보험연금감독청(The European Insurance and Occupational Pensions Authority, 이하 'EIOPA')는 비교사이트의 공통되는 특징으로 (i) 인터넷 사용자가 그들의 수요와 필요, 개인적 상황 등 프로필(Profile)을 확정하기 위해 질문지를 작성하거나 추정 목록으로부터 예시된 바를 선택할 것이 요구되고, (ii) 비교사이트는 제공된 정보에 따라 인터넷 사용자에게 다수의 보험계약의 가격 및 주요 특징에 관한 정보를 제공하는 경향이 있다고 설명함

4) Financial Services Authority

5) Guidance on the: Selling of General Insurance Policies through Price Comparison Websites

6) BGH, 28.11.2013 - I ZR 7/13

7) 보험상품판매지침 제2조 제1항 제1호

8) 보험회사와 후술하는 보험중개인(Insurance Intermediary)을 포괄하여 지칭하는 용어임

- 여기에는 고객이 직·간접적으로 웹 사이트 등 매체를 통해 보험계약을 체결할 수 있는 경우 웹 사이트 등을 통해 (i) 고객이 선택한 범주에 따라 하나 이상의 보험상품에 대한 정보를 제공하는 행위 또는 (ii) 보험계약의 가격, 상품비교, 보험료할인 등 보험상품 순위를 집계하는 행위가 포함됨¹⁰⁾
- 다만, 단순히 가망 고객 관련 데이터 및 정보를 보험판매인 등에게 제공하거나, 보험상품, 보험판매인 등 관련 정보를 가망 고객에게 제공하는 등의 행위는 제공자가 보험계약 체결에 추가적으로 조력하는 바가 없다면 보험판매로 보지 아니함¹¹⁾

■ 보험판매인 중 보험회사가 아닌 자는 보험중개인(Insurance Intermediary)¹²⁾¹³⁾으로서 등록 및 행위규제가 적용됨

- 웹 사이트의 소유와 비교사이트를 통해 중개를 하는 자가 다른 경우 동 지침은 중개서비스를 제공하는 자에게만 적용되며, 공공기관(Public Authority)이나 소비자 단체(Consumers' Association)가 운영하는 웹 사이트에는 동 지침이 적용되지 않음¹⁴⁾

■ 보험상품판매지침은 비교사이트 등 온라인 보험판매인에 대한 특별한 준수사항 내지 세부규제를 두고 있지는 아니하므로, 동 지침상 보험판매인 일반에 적용되는 원칙을 따르면서 당사국별로 비교사이트 등에 대한 세부적 규제 내용은 서로 다를 수 있음

- 보험판매인에게 적용되는 다음의 원칙¹⁵⁾은 비교사이트 등에도 적용됨
 - 보험판매인은 고객의 최선의 이익을 위해 정직하고, 공정하고 전문적으로 행위하여야 함
 - 홍보물(Marketing Communication)을 포함하여 보험판매인이 고객 또는 가망 고객에게 전하는 동 지침의 규제대상에 관한 모든 정보는 공정하고 명확하고 그릇된 인상을 주지 않는 것이어야 하며, 홍보물이라는 사실을 명확하게 알아볼 수 있어야 함
 - 보험판매인은 고객의 최선의 이익에 따라 행위할 의무와 상충되는 방식으로 보수를 지급받지 않아야 함
- 보험중개인에게 적용되는 이익의 상충 및 투명성(Conflicts of Interests and Transparency) 규정¹⁶⁾ 또한 적용됨
 - 고객에게 보험계약의 체결과 관련하여 수령하는 보수의 성격과 기초(고객으로부터 수령하는 수수료

9) 보험상품판매지침 제2조 제1항 제15호

10) 보험상품판매지침 제2조 제1항 제1호

11) 보험상품판매지침 제2조 제1항 제2호

12) Broker와 Agent를 포괄하는 개념으로 우리법상 보험중개사, 보험설계사, 보험대리점을 포괄하는 것으로 이해됨

13) 보험판매지침 제2조 제1항 제3항

14) Pierpaolo Marano-Ioannis Rokas-Peter Kochenburger(2016), *The "Dematerialized" Insurance: Distance Selling and Cyber Risks from an International Perspective*, p. 76

15) 보험판매지침 제17조

16) 보험상품판매지침 제19조

인지, 보험료에 포함된 보험모집 수당인지 여부 등)에 대해서 알릴 의무 등이 적용됨

- 상품 감독 및 지배구조에 관한 요건¹⁷⁾에 따라 상품 제조업자는 주요 판매 시장(Target Market)을 포함하여 보험상품 및 상품승인절차에 대한 정보를 보험판매인에게 제공하여야 함
 - 비교사이트 등 보험판매인은 자신이 제조하지 않은 보험상품에 대해 조언하거나 제안하는 경우, 보험회사로부터 관련 정보를 입수하여 특징과 식별된 목표시장을 이해할 수 있도록 적절한 조치를 취하여야 함

■ 보험상품판매지침의 시행에 따라 영국, 독일 등 EU 각국은 보험판매의 정의 조항을 포함하여, 동 지침상의 원칙과 규정을 국내법에 반영하는 절차를 이행하고 있는 것으로 이해됨

- EU내에서는 이를 통해 온라인 보험마케팅의 보험판매 규제에 대한 통일된 기준이 마련되었다고 볼 수 있으나, 다양하고 지속적으로 변화·발전되는 온라인 보험마케팅 행위가 이러한 기준하에 구체적으로 어떻게 판단되고 규제될지는 향후의 추이를 지켜볼 필요가 있음

■ 온라인 보험마케팅을 어떠한 범위에서 보험 모집으로 규제할지, 혹은 보험 광고, 보험상품 비교·공시 등 별도의 범주와 체계를 통해 규제할지 여부는 각국의 법체계 및 특수성에 따라 달라질 수 있음

- 금융정책당국, 학계와 업계 등 관련 주체들 간의 폭넓은 논의와 공론화를 통해 향후 우리나라의 보험 관련 법제, 온라인 보험마케팅의 발전 정도, 소비자 보호 필요성 및 사회적 논의 전개 양상을 고려한 합리적 접근방안을 도출할 필요가 있음 **kiri**

17) 보험상품판매지침 제25조