

【 주간이슈 】

OECD 보험모집인 모범규준 제정에 따른 시사점

서대교 부연구위원

김미화 연구원

- OECD 보험위원회는 2009년 7월 보험 소비자교육 및 보험에 대한 인식 제고와 관련하여 보험모집인 모범규준(Good Practices on Insurance Intermediaries) 초안을 제정하였으며, 향후 개정을 통하여 OECD 권고사항으로 발간할 예정
- 보험모집인 모범규준의 주요 내용으로는 소비자에 대한 정확한 정보제공, 취약 계층에 대한 지침 개발 및 리스크 인식 제고와 보험교육 지원 등이 포함
 - 모든 보험모집인은 리스크와 보험상품에 대하여 양질의 정확한 정보를 제공해야 하며, 소비자의 요구와 특성에 맞는 상품을 권유해야 함.
 - 보험모집인은 취약계층(고령자, 청소년, 저소득층 등)이나 서비스제공이 부족한 그룹에게 다가가도록 노력해야 함과 동시에, 그들과 관련된 중요 리스크 및 적절한 보험상품에 대한 인식을 높여야 함.
 - 모범적인 기업지배구조와 사회적 책임의 일환으로 보험모집인은 영리적인 활동 이외에도 대중의 리스크 인식과 보험이슈에 대한 교육 수준을 높이는데 있어 중요한 역할을 담당하여야 함.
- 우리나라는 영리적 측면에서 지켜야 할 보험모집인의 역할 중 사회 취약계층에 대한 보험모집 시 제도개선이나 지침개발이 요구됨.
 - 고령자에게 보험상품을 판매할 경우 약관의 글자크기를 크게 한다거나 제삼자의 참석을 고려
 - 외국인 노동자나 이민자에 대하여서는 계약과 목적이 소비자에게 잘 이해되었는지 확인하는 특별한 과정 마련
- 비영리적 측면에서는 리스크 인식 강화 및 보험교육 지원에 대한 보험모집인의 역할이 미미한 실정이므로 이를 강화할 필요가 있음.
 - 비영리적 측면에서 보험모집인의 역할 강화는 저축과 보장에 대한 잠재적인 수요를 증대시켜 모집인과 소비자 모두에게 유익하고 보험 모집비용도 감소시킬 수 있음.
 - 일반 소비자에게 보험이슈 및 리스크에 대한 인식 강화 캠페인을 위하여 보험의 날 또는 보험주간 제정 고려

본고는 보험연구원의 공식 견해와 무관한 작성자 개인의 의견입니다.

1. 검토배경

- OECD 보험위원회는 2009년 7월 보험 소비자교육 및 보험에 대한 인식 제고와 관련하여 보험모집인 모범규준 초안을 제정하였음.
 - 여기에는 소비자에 대한 보험교육 및 소비자 보호를 위하여 보험모집인의 역할이 중요하다는 판단이 작용하였으며, 향후 개정을 통하여 OECD 권고사항으로 발간할 예정
 - 권고사항을 발간할 경우 우리나라 보험산업의 환경에 적합하도록 선별적으로 수용
- 국내에서도 일련의 제도적 개선을 통해 소비자 보호를 위한 보험모집인의 역할과 책임을 강조하고 있는 시점에서 OECD의 모범규준 제정은 중요한 환경변화로 인식할 필요가 있음.
 - 입법예고한 보험업법 개정안 중 보험판매전문회사 제도의 신설은 보험판매채널의 역할을 확대하고 책임을 부여
 - 금융위원회는 금융소비자의 입장에서 금융상품을 판매하는 판매전문조직의 육성을 통해 금융소비자 보호제도의 실효성을 확보하기 위하여 금융상품 판매전문업의 도입을 추진
 - 따라서 모범규준에서 제기하는 보험모집인의 역할 강화는 우리나라에서도 금융제도의 변화로 인해 중요하게 고려해야 할 사항
- 이에 본고에서는 OECD 보험모집인 모범규준의 주요내용을 소개하고 우리나라에서 개선해야 될 사항을 제시하여 향후 OECD 권고사항에 부합하는 제도정비에 대비할 수 있게 하고자 함.

2. OECD 보험모집인 모범규준의 목적 및 주요이슈

- 보험모집인 모범규준의 목적은 보험모집인의 소비자에 대한 정보제공 기능의 강화와 금융교육의 다양화를 위한 보험모집인의 역할 강화에 있음.
 - 영리적인 측면에서 정보제공과 상담기능을 효과적으로 수행하는 모집인에 대하여 적절한 규정 및 보상체계를 수립
 - 소비자가 리스크 및 보험상품과 관련한 의사결정 시 보험모집인은 소비자에 대하여 정보를 제공하는 역할을 보다 강화

- 소비자의 리스크 인식제고와 다양한 금융교육을 위한 보험모집인의 역할 강화에 중점을 둠.
- 모범규준에서 보험모집은 판매 이전 단계부터 판매 후까지 소비자와 접촉하는 과정으로 정의
 - 판매 이전 단계에서는 보험 계약이나 서비스의 광고 및 마케팅 활동, 소비자의 가입계약과 상품 및 서비스 제시 등이 포함
 - 판매단계는 보험 계약 및 서비스의 준비·협상·체결, 보험상품 및 서비스에 대한 정보와 상담 제공 등이 포함
 - 판매 이후 단계는 계약/서비스의 보전과 이행의 지원, 특히 보험료 징수 및 보험금청구에 대한 처리의 지원 등을 포함
- 보험모집의 행위주체는 보험중개사, 전속 및 독립대리점, 은행 및 기타 금융기관, 슈퍼마켓·여행사·자동차 딜러 및 기타 소매점, 인터넷 및 전화판매채널 등을 포함
- 모범규준은 보험모집인의 역할을 영리적 측면과 비영리적 측면으로 구분하여 제안하고 있음.
 - 영리적인 측면을 살펴보면 소비자에 대해 적절한 정보 및 상담제공이 주요 내용이며 비영리적인 측면에서는 리스크 인식 강화 및 보험교육 지원이 주요 사항
- 모범규준은 소비자에 대한 정확한 정보제공, 취약계층에 대한 지침 개발 및 리스크 인식 제고, 보험교육 지원 등에 대한 문제를 제기하고 있음.
 - 보험모집인이 금융교육을 보완하는 역할을 하는 경우에 필요한 자격에 대한 평가 기준 제시
 - 소비자의 리스크 인식을 높이고, 투명하고 적절한 정보를 제공하여 소비자의 이해도를 확인하는 역할 설명
 - 소비자 이익을 대표함으로써 소비자를 보조할 특별한 의무를 지니며 보험에 대한 의식수준을 향상시키는데 도움을 주는 보험중개사의 역할 제시
 - 금융교육이 부족한 취약계층에 있어서 보험모집인이 가져야 될 자격 등에 대한 보험모집인의 역할 설명
 - 자율규제기구 및 보험협회는 바람직한 보험모집인의 역할 강화에 보완적인 기능을 요구
 - 보험모집인은 다양한 활동에 참여하여 소비자의 리스크 인식 제고 등 금융교육 촉진에 일조

3. OECD 보험모집인 모범규준의 주요내용

가. 영리적 측면에서 보험모집인의 역할

<일반적인 조건>

- 소비자의 요구에 상응하여 서비스를 제공하는 보험모집인에 대한 평가와 검증이 촉진되어야 함.
 - 특히 개별 보험모집인에 대한 지위, 기능, 책임이 명확하고 모집인의 정보에 대한 소비자의 접근이 용이해야 함.
 - 자격/무자격 보험모집인의 리스트와 보험모집인의 종류별 역할 및 책임에 대한 정보의 이용이 가능해야 함.
 - 이러한 정보는 감독기구 및 자율규제기구 웹사이트에 게재하거나 다양한 매체를 이용하여 소비자에게 정보가 효율적으로 전달될 수 있도록 해야 함.
- 보험회사가 보험모집인 또는 보험상품 판매 임직원에게 제공하는 정보 및 보충자료(계약서, 약관개요 등)는 투명하고 정확해야 하며 포괄적이어야 함.
- 보험모집인은 자신들이 제공하는 다양하고 복합적인 상품 및 서비스에 적합한 수준의 자격과 지식을 습득해야 하며, 이와 관련하여 적절한 훈련이 이루어져야 함.
 - 보험중개사에 대해서는 보다 명확하고 강화된 자격조건이 적용되어야 하며, 복합적이고 장기형 상품 또는 신상품을 다루는 모집인에 대해서는 특정 자격요건 및 훈련과정이 요구됨.
 - 필요한 경우, 공공기관 및 자율규제기구가 시행하고 감독하는 시험을 통해서 자격을 평가해야 함.
- 보험중개사를 포함한 일부 보험모집인은 보험회사를 대표하는 것이 아니라 소비자의 이익을 위하거나 중립적인 입장을 취할 것이라는 기대가 있으므로 보험모집인의 독립성이 강화되어야 함.
 - 특히 보험중개사의 경우, 보상과정 또는 보험제공자와의 관계에서 발생할 수 있는 이해상충 문제에 대한 해결책으로 공시를 제시함.
 - 소비자에게 보험사와 보험모집인의 관계 및 보상과정의 의무공시, 소비자가 요구할 경우에 공시, 보상과정과 보험사와의 관계에 대한 간략한 정보를 의무공시 또는 소비자가 요구할 경우에만 공시 고려

<보험모집인의 정보제공 및 상담역할>

- 모든 보험모집인은 리스크와 보험상품에 대하여 정확한 양질의 정보를 제공하고 소비자의 요구와 특성에 맞는 상품을 권유해야 함.
 - 판촉 및 광고 단계에서는 객관적인 정보의 제공과 광고, 판촉, 마케팅 과정을 구분하며, 광고자료를 개발함에 있어 공정한 기준을 적용하고 특히 작은 활자체, 전문용어, 오해를 불러일으키는 정보나 예측을 피해야 함.
 - 판매 과정(권유, 준비, 협상 및 계약 체결)에서는 소비자에게 적절한 정보와 상담을 제공하고 소비자의 이해정도를 확인하여 함.
 - 소비자와 직접 거래하는 보험중개사인지 아니면 단일보험사 또는 복수보험사를 위해 운영되는지에 대한 보험모집인으로서의 지위관계를 소비자에게 고지해야 함.
 - 소비자의 재정 및 리스크 특성, 보장 및 저축에 대한 잠재 수요, 리스크 회피 성향에 대해 평가해야 함.
 - 제안상품 및 관련 규정, 예외사항, 리스크, 이익 및 중요 의무사항과 권리사항 등에 대한 정확하고 중립적이며 구체적인 정보를 제공
 - 계약의 중요 조항 및 조건(수수료, 위약조항, 계약기간, 제한 및 예외사항 등) 과 상품 특징에 대한 서면 요약서를 제공하고 소비자에게 신중히 고려할 것을 요구해야 함.
 - 소비자의 특성과 요구에 맞추어 추천 및 상담(보험상품 옵션 포함)을 권유하고 제공할 수 있음.
 - 이러한 정보와 권유사항들이 잘 이해되었는지 확인해야 함.
 - 중요하고 복잡한 계약에 대해 소비자에게 제공된 권유사항에 대해 이론적인 근거를 기록해야 함.
 - 판매 후에는 소비자의 특성 변화를 정기적으로 관찰하고, 적절한 때에 이러한 변화에 대한 충고 및 권유사항을 제공하여야 함.
 - 소비자에게 판매된 계약의 진행에 대한 구체적인 자료 제공, 가능한 구제수단에 대한 추가적인 정보 제공, 보험금 지급과정과 불만제기과정에서 소비자를 도와주어야 함.
- 전문보험모집인은 소비자의 이익을 대표함으로써 소비자를 보조할 특별한 의무를 지니며 보험에 대한 의식수준을 향상시키는데 도움을 주는 역할을 하고 있으며, 이를 강화할 필요가 있음.
 - 소비자를 위하여 영업활동을 하는 전문보험모집인(보험중개사나 일부 독립대리점 등)은 그들의 지위와 역할에 있어 보다 투명해야 함.

- 그들의 전문성과 소비자와의 특별한 관계로 인해서 소비자에게 양질의 서비스와 상담을 제공할 수 있고, 소비자의 리스크 인식과 보험 이슈 및 관련 결정에 있어 이해 수준을 강화시킬 수 있다는 점에서 보다 폭넓은 역할을 할 수 있음.
- 따라서 다음의 기준사항을 추가적으로 따라야 함.
 - 보험중개사의 경우 그들의 지위와 서비스에 대한 일반적인 정보를 제공하여야 함.
 - 시장의 다양한 보험상품에 대하여 분석하고, 편향되지 않은 조언 및 설명을 제공하며, 소비자의 관심, 수요, 우선순위, 리스크 선호/회피 등에 맞추어 상품간 비교하고 결과를 제공함.
 - 리스크 인식과 보험이슈에 대한 소비자 교육을 강화하고 평가함,
 - 소비자에게 효과적인 상품이나 다른 적합한 상품 및 판매채널을 제안할 수 있음.

□ 비전통적 보험모집채널 및 비대면 모집채널도 전통적 보험모집채널과 마찬가지로 소비자 보호 및 정보 제공 의무에 직면하게 됨.

- 비전통적 모집채널에는 은행, 우체국, 신용조합(credit unions) 등과 같은 전문기관 뿐만 아니라 슈퍼마켓, 자동차 딜러, 여행사 등의 부수적인 판매도 포함되며, 소비자에게 모집인의 지위, 기능의 제한 그리고 보험사들과의 관계에 대한 정보를 상세히 제공해야 함.
- 인터넷, 전화 등과 같은 비대면 채널을 이용한 보험모집의 경우에도 대면채널의 경우와 유사한 수준의 정보와 조언을 제공하여 함.
 - 소비자는 적절한 시기 또는 적어도 계약의 종결 이전에 보험계약서 및 관련 자료, 약관 요약서 사본을 확인할 수 있음.
- 비대면채널을 통해 보험계약을 구매한 소비자에게는 최소 청약철회 기간이 연장되는 혜택이 있음.
 - 소비자는 이러한 혜택의 가능성과 형태 및 경과기간에 대해 분명히 인지하고 있어야 함.
- 특히 비대면채널을 통한 모집의 경우, 계약의 효력성에 대한 중요 조건 및 제외 조항에 대해 소비자가 평가하기 어려울 가능성이 존재하므로 이를 소비자가 인지할 수 있도록 도와주어야 함.

<특별상품에 대한 지침 개발>

□ 생명보험 및 손해보험 분야에서 특정 보험상품을 통해 발생하는 어려움에 대처하기 위한 지침이 개발되어야 함.

- 복잡성이 크거나 장기 보험상품 또는 소비자에 대한 리스크 전가를 내포하고 있는 상품의 경우 소비자의 이해정도가 매우 중요하며 이해의 정도가 불충분한 경

우 이를 보완할 수 있는 지침 개발이 요구됨.

□ 복합 생명보험 상품(연금, 종신보험, CI 등) 및 소비자에 대한 리스크 전가 상품(변액보험) 모집과정에 포함된 모든 유형의 모집인에 대해서 맞춤형 자격이 확립되어야 함.

- 이들 상품에 대해서 소비자에게 제공되는 정보의 질과 전달속도가 향상되어야 하며, 적어도 손해보험 투자상품에 적용되는 필요조건과 유사한 수준이 되어야 함.
 - 또한 이러한 정보는 상품의 기대 수익에 대해 공정한 예측정보를 포함하고 있어야 함.
 - 상품의 주요특징(수수료, 취소기간 등)을 담고 있는 약관 요약과 고유 리스크 사항 등이 소비자에게 제공되어야 함.
- 상품권유는 소비자의 요구, 리스크 선호/회피 경향, 재정상태에 근거하여 이루어져야 하며, 관련계약에 대한 소비자의 분명한 이해를 바탕으로 권유함.
 - 특히 보험중개사는 장기리스크 및 관련 상품(연금, 장기 간병보험)에 대해서 소비자의 인식을 증대시켜야 함.

□ 손해보험분야에서 보험모집인은 보험상품과 조항에 대하여 투명하고 양질의 비교 가능한 정보와 상담을 제때에 제공하여야 함.

- 제안 상품(건강보험 또는 장기간병)이 적절하고 가계의 수요에 맞는(규모와 보장 측면에서 이중보장의 가능성 또는 불충분한 보장인지 확인) 상품임을 확실하게 하여야함.
- 제안하는 계약과 특정 보험사와의 (재정적)관계 등에 대한 공정하고 투명한 정보를 소비자에게 제공함으로써 이해의 충돌(예를 들어, 강제적인 끼워팔기) 가능성에 대비해야 함.
- 보험모집인은 소비자의 현재 및 미래 소득에 중요한 영향을 미칠 수 있는 복합상품(건강보험 또는 장기간병 보험)에 대해 소비자가 충분히 이해하였는지 확인하여야 함.
- 특히 보험중개사의 경우 건강보험이나 모기지 보험과 같이 까다로운 분야에서 발생할 수 있는 불만사항이나 클레임의 처리 과정에서 소비자를 효과적으로 지원해야 함.

<취약계층에 대한 지침 개발>

□ 보험모집인은 교육수준이 낮거나 고령자, 청소년, 저소득층, 여성, 이주민과 같이 특별히 취약하거나 서비스제공이 부족한 그룹에게 다가가도록 노력해야 함과 동시에, 그들과 관련된 중요 리스크 및 적절한 보험 상품에 대한 인식을 높여야 함.

- 이러한 그룹과 접촉하는 모집인에 대하여서는 보다 맞춤형되고 엄격한 보험 모집 요건을 적용하여, 소비자가 리스크 및 보험 이슈에 관한 선택을 확실히 하고 수요에 가장 적합하고 잘 이해된 상품을 선택하도록 하여야 함.
 - 예를 들어 고령자에게 보험상품을 판매할 경우, 제삼자의 참석 또는 청약철회 기간연장이 필요함.
 - 이민자에 대하여서는 계약과 목적이 소비자에게 잘 이해되었는지 확인하는 특별한 과정이 마련되어야 함.
- 따라서 이와 관련한 특수한 모집 및 상담 서비스(외딴지역 서비스를 위한 우체국 또는 무료상담센터)가 개발될 필요가 있으며 또한 다양한 로컬 네트워크를 활용할 필요가 있음.

<자율규제기구 및 보험협회의 역할>

- 정부감독 당국과 달리 자율규제기구 및 보험모집인/보험협회는 바람직한 보험모집인의 역할을 강화하는 데 있어 보완적인 기능을 하여야 함.

- 이를 위하여 우수모집인 자격증 제도, 모집인에 대한 행동규범 개발, 관할지역에서 허가받은 보험모집인의 리스트 공개 등의 제도를 보완

나. 비영리적 측면에서의 보험모집인의 역할

<일반적 배경>

- 모범적인 기업지배구조와 사회적 책임의 일환으로 보험모집인은 영리적인 활동 이외에도 대중의 리스크 인식과 보험이슈에 대한 교육 수준을 높이는 데 있어 중요한 역할을 담당하여야 함.

- 비영리적인 활동은 저축과 보장에 대한 잠재적인 수요를 증대시켜 모집인과 소비자 모두에게 유익할 뿐만 아니라, 보험 모집 비용도 감소시킬 수 있음.

- 그러나 영리적 활동과의 이해상충으로 인해 궁극적인 목표를 달성하지 못할 수도 있으므로, 비영리적 차원에서 보험모집인의 역할은 보험협회 및 관련 자율규제기구를 통해서 이루어져야 함.

- 공공기관 및 국제기구와의 파트너쉽 역시 중립성과 공정성을 보장하는데 효과적인 해법이 될 수 있음.

<리스크 인식 및 보험이슈 교육 촉진활동 참여>

- 보험협회 및 자율규제기구를 통하여 보험모집인은 다음과 같은 다양한 범위의 활동과 프로그램에 참여하여 소비자의 보험이슈 관련 교육과 리스크 인식을 효과적으로 강화시킬 수 있을 것임.
 - 보험과 보험모집에 대한 소비자의 수요·기대·만족에 대한 조사, 새로운 리스크 및 중대 리스크(예를 들어, 장수, 건강, 대재해 리스크 및 자동차 안전 규정)에 대한 소비자 인식 강화 캠페인 활동에 참여
 - 다양한 유형의 보험모집인과 이들이 제공하는 서비스의 차이점을 소비자에게 효과적으로 전달, 특정 리스크 및 관련 보험상품에 대한 정보와 맞춤 상담을 제공하는 전단이나 브로셔 제공 또는 허위모집 및 사기와 관련한 교육 등을 통하여 소비자보호를 강화
 - 보험 규제, 상품, 모집에 대한 일반적인 정보 및 조언, 소비자의 수요에 맞추어 보험상품을 비교할 수 있는 쇼핑 툴, 리스크 및 보험 이슈에 관한 소비자의 지식과 상태를 파악하는 퀴즈 및 자가진단테스트 등이 포함된 보험이슈에 대한 소비자 웹사이트 운영
 - 보험과 보험모집이슈에 대한 미디어 또는 공개강의 및 세미나, 금융교육스쿨 공개 프로그램, 보충자료 개발 등을 통한 소비자교육 제고
 - 보험의 날 또는 보험주간의 제정으로 소비자에 대한 보험인식 제고

4. 우리나라 보험산업에 대한 시사점

- OECD에서 정의하는 보험모집인의 포괄적인 범주에는 우리나라 전속설계사들도 해당되지만, 자격의 특수성을 고려할 때 모범규준의 일괄 적용은 우리가 있으므로 선별 수용할 필요가 있음.
 - 모범규준에서는 보험모집인은 소비자의 이익을 위하거나 중립적인 입장을 취할 것으로 기대하고 독립성 강화를 주장하나 이는 우리나라 전속설계사의 실정과 는 맞지 않음.
- 보험모집인이 영리적 측면에서의 지켜야 할 역할 중 취약계층에 대한 보험모집을 제외한 나머지 부분은 기존의 보험업법 및 계류 중인 보험업법 개정안에 반영
 - 적합성의 원칙¹⁾(보험업법 개정안 제95조의 3), 상품설명 및 정보제공의무 강화²⁾

1) 보험상품 판매 권유 시 소비자의 소득, 보험계약의 목적, 과거 보험계약 경험 등을 파악하여 서면으로 확인받도록 하는

(보험업법 개정안 제95조의2)에 의하면 보험모집인은 모집과정에서 리스크와 보험상품에 대하여 정확한 양질의 정보를 제공하고 소비자의 요구와 특성에 맞는 상품을 권유해야 함.

- 허위·과장광고 규제(보험업법 개정안 제95조의4)에 의하면 보험상품 광고 시 필수 포함사항 및 금지사항 등을 명시하여 광고기준을 법제화함.

□ 비영리적 측면에서 보험모집인의 모범규준은 리스크인식 강화 및 보험교육의 지원을 중요시 하고 있으나 현재 우리나라에서 이러한 보험모집인의 역할은 미미한 실정임.

- 보험협회에서 보험에 대한 이해를 돕기 위한 홈페이지를 운영하고 있을 뿐 다른 보험교육이나 리스크 인식 제고를 위한 보험모집인의 적극적인 활동은 없음.

□ 노령인구의 증가 등으로 인한 취약계층의 증가에 대응하여 이에 대한 보험모집 시 제도개선이나 지침개발이 요구됨.

- 취약계층에 접근하는 보험모집인의 경우는 보다 맞춤화되고 엄격한 보험 모집 요건을 적용
- 고령자에게 보험상품을 판매할 경우, 약관의 글자크기를 크게 한다거나 제삼자의 참석이 필요하거나 또는 청약철회 기간의 연장이 필요
- 외국인 노동자나 이민자에 대하여서는 계약과 목적이 소비자에게 잘 이해되었는지 확인하는 특별한 과정이 마련되어야 함.

□ 보험모집인은 비영리적인 측면에 있어서 대중의 리스크 인식과 보험이슈에 대한 교육 수준을 높이는데 있어 중요한 역할을 담당하여야 함.

- 영리적인 활동과 이해상충의 관계에 있지만, 이러한 활동은 저축과 보장에 대한 잠재적인 수요를 증대시켜 모집인과 소비자 모두에게 유익할 뿐만 아니라, 보험 모집 비용도 감소시킬 수 있음.
- 보험모집인은 협회나 자율규제기구를 통해 리스크 인식 및 보험이슈 교육 촉진 활동에 참여
- 일반 소비자에게 보험이슈 및 리스크에 대한 인식 강화 캠페인을 위하여 보험의 날 또는 보험주간 제정 고려
- 다양한 유형의 보험 모집인과 이들이 제공하는 서비스의 차이점에 대한 내용을 일반 소비자에게 효과적으로 전달하는 방법을 개발 KiRi.

‘Know-Your-Customer-Rule’을 도입

- 2) 보험판매 권유 시 상품내용 및 보험금 지급사유 등 주요사항에 대한 설명을 하고 보험계약자가 설명내용을 이해하였음을 서명으로 확인하도록 규정