

양승현 연구위원

### 요 약

비대면 문화와 디지털 기술의 확산 등을 배경으로 금융당국은 최근 대면모집채널에서 일정 요건을 충족하는 경우 전화 모집이 가능하도록 허용하고, TM모집채널에서는 AI 음성봇을 활용한 중요사항 설명 및 전화와 모바일을 결합한 하이브리드 모집방식을 허용하는 등 개선방안을 마련하고 관련 법규 개정안을 입법예고함. 디지털 기술의 발전으로 채널 간 융합현상은 더욱 심화될 것으로 보이는 바, 장·단기적 규제 개선방향에 관해 다양한 이해관계인들의 심도 깊은 검토와 적극적 의견개진이 필요함

- 지난 5월 17일 금융당국은 올해 3월 발표한 “비대면·디지털 모집규제 개선방안”<sup>1)</sup>의 세부방안(이하, “개선방안”이라 함)을 마련하고 이를 반영한 보험업법시행령, 보험업감독규정개정안 등을 입법예고하였다고 밝힘
  - 기존의 모집규제는 보험설계사가 직접 잠재고객을 만나 행하는 대면모집을 전제로 성립되어, TM, CM 등 비대면모집에 적합하지 않거나 소비자 보호를 위해 추가로 필요한 사항은 별도 규정하는 식으로 이루어져 왔음
    - 그러나 모바일, AI 등 4차 산업혁명의 기술 혁신과 비대면 문화 확산 등으로 사회 환경 및 소비자행태가 급격히 변화하면서, 대면 및 비대면 채널에서 보다 복합적이고 다양한 모집방식에 대한 수요가 증대됨
  - 이에 금융당국은 (i) 대면모집채널에서 ① 비대면 모집 허용, ② 모바일 청약절차 간소화(전자서명 입력 1회로 단축), (ii) TM모집채널에서 ① AI 음성봇 활용 허용, ② 중요 사항 설명을 제외한 계약내용 재확인, 필요서류 작성 등의 모바일 진행, (iii) 원칙적으로 모든 보험상품의 온라인 해피콜 허용 등의 내용이 포함된 개선방안<sup>2)</sup>을 마련함
  - 본고에서는 이 중에서 대면모집채널에서의 비대면 모집 허용{(i) ①}과 TM채널의 음성봇 활용 및 하이브리드 모집 허용{(ii) ①, ②}에 관하여 그 의미 및 법 개정 사항에 관하여 살펴보기로 함
- 대면모집채널에서 기존에는 설명의무 이행이나 청약서 자필서명 등을 위해 보험설계사가 반드시 고객을 1회 이상 대면해야 하는 것으로 이해되었음
  - 이러한 ‘고객대면 의무’는 보험업법에 명시된 것은 아니나 개정 전 보험업감독규정<sup>3)</sup> 제4-35조의2 제3항 본문 및 제3호 등이 이를 반영한 규정으로 이해되었음
    - 개정 전 보험업법<sup>4)</sup>은 모집종사자가 보험계약의 중요사항을 설명하고 고객이 이를 이해하였음을 확인받도록(제95조의2 제2항) 하면서, 그 방법으로 설명서 2부에 고객 서명을 받고 그 중 1부에는 모집종사자가 서명하여 고객에

1) 금융위원회(2021), 『보험산업 신뢰와 혁신을 위한 정책방향』, pp. 2~3를 참조

2) 기타 비대면 화상통화를 활용한 모집, TM 관련 모바일 모집절차 전면 활용, 표준스크립트 간소화 등에 대해서는 계속 검토·추진할 예정이라 함

3) 2021. 3. 25. 금융소비자보호에 관한 법률(이하, “금소법”이라 함) 시행에 따라 개정되기 전의 보험업감독규정을 말함

4) 2021. 3. 25. 금소법 시행에 따라 개정되기 전의 보험업법을 말함

게 교부하고 1부는 보험회사가 보관토록 함(동 감독규정 제4-35조의2 제3항 본문)

- 그러나 '모집종사자가 보험계약자와 직접 대면하여 보험계약의 중요사항 등을 설명하고, 전자적 방법으로 상품설명서를 제공'하는 등 일정 조건을 충족하면 예외를 인정(동항 제3호)했는데, 이는 대면모집 시 전자적 가입의 편의성을 제고하기 위해 2019년 도입되었음<sup>5)</sup>
- 그러나 코로나19 발생 이후 고객 대면이 어려워지자 금융당국은 "코로나19 대응을 위한 금융규제 유연화 방안"(2020년 4월)에 따라 한시적으로 대면 설명 대신 비대면 녹취방식 등을 허용하는 비조치의견서를 발급함

○ 올해 3월 말부터 중요사항 설명의무가 보험업법에서 금소법으로 이관됨에 따라 현재는 금소법에서 명시적으로 대면모집 시 고객대면 의무를 규정하고, 그 의무를 면제받을 수 있는 예외 조건에 대해 규정함

- 보험업법과 달리 금소법은 제19조의 중요사항 설명의무가 아닌 금융상품판매대리·중개업자<sup>6)</sup>의 금지행위(제25조) 중 하나로 '고객대면 의무'를 규정함
  - '보장성상품을 취급하는 금융상품판매대리·중개업자(보험업법에 따른 TM 및 CM모집종사자는 제외)가 일반금융 소비자<sup>7)</sup>와 만나지 않고 중요사항에 대한 설명을 하는 행위'가 원칙적으로 금지됨(금융소비자보호에 관한 감독규정 제22조 제7호 본문)
  - 다만, ① 보험업감독규정 제4-36조제6항에 따른 표준상품설명대본에 따라 설명하고, ② 해당 상품을 취급하는 금융상품직접판매업자(보험회사 등)가 설명내용이 녹취된 전자파일을 통해 해당 설명내용이 표준상품설명대본과 일치하는지 확인하고 그 전자파일을 보관하는 경우에는 대면의무가 면제됨(동호 단서 및 각목)
- 보험업법상 모집종사자인 보험회사 임직원은 금소법상 금융상품판매대리·중개업자가 아니기 때문에 위의 대면의무는 적용되지 않는 것으로 해석됨
- 보험업감독규정은 이처럼 대면모집채널에서 전화로 모집을 진행하는 경우 TM 규제 중 '최초 통화부터 청약 완료 시까지 전 과정 음성녹음 및 보관' 및 '매월 보험계약 건 20%에 대한 음성녹음 점검 등' 규정의 적용을 명시적으로 배제하는 규정을 신설함(제4-36조 제15항)
  - 적용 배제되지 않은 다른 TM모집규제는 적용된다고 보아야 하는지 의문이 있을 수 있으나, 그와 같은 해석은 대면모집과 통신판매 간의 구분을 형해화하는 것이므로, 주의적인 의미로만 파악하는 것이 타당할 것임

○ 한편 TM모집채널에서는 현재 보험업법시행령 제43조 제2항 및 동 감독규정 제4-36조에 따라 TM모집종사자가 표준 스크립트를 직접 낭독해야 하며, 상품설명 및 각종 서류작성 등 모집 전 과정을 전화로만 진행해야 하는 것으로 이해되고 있음

- 사람이 직접 표준스크립트를 낭독하는 데는 장시간이 소요되어 고객의 집중력과 이해도가 저하되고 모집종사자도 피로도가 증가하는 등 비효율적이며, 스마트폰이 보편화된 시대에 서류 서명 및 확인 등은 모바일을 활용하게 하는 것이 TM모집을 효율화하고 고객이 보다 신중하게 보험가입을 결정하는 데 도움이 된다는 의견들이 제기됨
- 이러한 의견을 수용하여 금융당국은 보험업법시행령 및 동 감독규정의 각 개정안을 입법예고함

5) 보험업감독규정일부개정규정안 공고문(금융위원회 공고 제2018-297호), p. 2를 참조

6) 보험상품에 관해서는 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사를 말함

〈표 1〉 TM채널 하이브리드 모집방식 및 음성봇 활용 관련 입법예고안

구분	입법예고안
보험업법 시행령	<p>제43조(통신수단을 이용한 모집·철회 및 해지 등 관련 준수사항) ② 법 제96조제1항에 따른 통신수단 중 전화를 이용하여 모집하는 자는 보험계약의 청약이 있는 경우 보험계약자의 동의를 받아 청약 내용, 보험료의 납입, 보험 기간, 고지의무, 약관의 주요 내용 등 보험계약 체결을 위하여 필요한 사항을 질문 또는 설명하고 그에 대한 보험 계약자의 답변 및 확인 내용을 음성녹음하는 등 증거자료를 확보·유지하여야 하며, 우편이나 팩스 등을 통하여 지체 없이 보험계약자로부터 청약서에 자필서명을 받아야 한다.</p> <p>〈단서 신설〉 이 경우, 음성녹음 이외의 방법으로 보험계약 체결을 위하여 필요한 사항을 질문 또는 설명하고 그에 대한 보험계약자의 답변 및 확인 내용에 관하여 증거자료를 확보·유지하는 구체적인 절차 및 방법은 금융위원회가 정하여 고시할 수 있다.</p>
보험업 감독규정	<p>제4-36조(통신판매시 준수사항) ① ~ ⑧ (현행과 같음)</p> <p>〈신설〉</p> <p>⑨ 영 제43조제2항 단서에 따라 전화를 이용하여 보험을 모집하는 자는 제8항에도 불구하고 「금융소비자 보호에 관한 법률」 제19조제1항에 따른 중요사항 이외에 보험계약 체결을 위하여 필요한 사항에 대하여 질문 또는 설명하고 그에 대한 보험계약자의 답변 및 확인내용에 대한 증거자료를 확보·유지하기 위하여 전자우편, 휴대전화 문자메시지 또는 이에 준하는 전자적 의사표시 등 전자적 방법으로 음성녹음을 대체할 수 있다. 이 경우, 보험계약자가 전화로 설명을 들은 내용과 실제 보험계약의 내용이 동일한지 확인할 수 있도록 「금융소비자 보호에 관한 법률」 제19조제2항에 따른 설명서를 보험계약이 체결되기 전에 전자적 방법으로 제공하여야 한다.</p> <p>⑩ 영 제43조제2항 단서에 따라 전화를 이용하여 보험을 모집하는 자는 다음 각 호의 요건을 충족하는 경우에 자동화된 전자적 정보처리장치(이하, “전자적 상품설명장치”라 한다)를 활용할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 보험계약자에게 전자적 상품설명장치를 활용하여 보험계약 체결을 위해 필요한 사항을 질문 또는 설명한다는 사실을 미리 안내하고 동의를 받을 것</li> <li>2. 보험계약자가 질의를 하거나 추가적인 설명을 요청하는 등 전자적 상품설명장치의 활용을 중단할 것을 요구할 경우, 보험을 모집하는 자가 직접 계약자의 질의 또는 요청 등에 즉시 응할 수 있을 것</li> <li>3. 영 제43조제3항에 따른 전자적 상품설명장치에 질문 또는 설명의 속도와 음량을 조절할 수 있는 기능을 갖출 것<sup>7)</sup></li> <li>4. 제2호 및 제3호의 내용에 관한 사항을 보험계약자에게 안내할 것</li> <li>5. 전자적 상품설명장치의 안정성과 신뢰성을 확보할 것</li> </ol>

- 입법예고안대로 개정이 이루어지면 TM모집채널에서 향후 (i) 금소법 제19조에 따른 중요사항 설명의무는 TTS 기술<sup>8)</sup> 기반의 AI 음성봇을 통해 이행하고, (ii) 중요사항 설명의무를 제외한 보험계약 체결에 필요한 질문, 설명 및 계약에 필요한 서류작성 등은 모바일을 활용할 수 있게 됨

○ 보험업법시행령 제43조 제2항 단서의 신설은 음성봇 및 하이브리드 모집방식 도입의 근거 규정이며, 향후에는 감독규정 개정만으로 TM모집채널 모집방식을 추가 개선할 수 있어 보다 유연한 접근을 가능하게 함

- AI 음성봇은 문언상 ‘전자적 상품설명장치’라고 규정되는데, 흔히 로보어드바이저(Robo-advisor)라고 부르는 ‘전자적 투자조언장치’와 달리 분석이나 조언 기능까지는 포함되지 않고 모집종사자가 권유하거나 고객이 요청한 상품에

7) 보험업법시행령 제43조 제3항은 전자적 상품설명장치와 무관한 내용으로 ‘영 제43조제3항에 따른’ 부분은 오키로 보임

8) TTS(Text To Speech) 기술이란 텍스트를 음성으로 변환하는 기술을 말함

대한 설명기능만을 수행하는 것으로 이해됨

- 따라서 자체적으로 고객의 정보를 분석하고 상품을 권유하는 이른바 AI 보험모집인의 도입은 TM모집규제 개선만으로는 불가능하고, 모집종사자를 사람<sup>9)</sup>으로 열거한 보험업법 제83조를 개정하거나, 보험모집 위탁에 관해 규율하는 제99조 제3항의 위임에 따라 시행령에 도입근거를 마련하는 등 조치가 필요함<sup>10)</sup>

○ 한편, TM모집채널이 아닌 대면모집채널에서는 AI 음성봇의 활용이 가능하다고 볼 것인지 문제됨

- 금소법은 제19조의 중요사항 설명 방법에 대해 '설명서'를 제공하여 금융소비자가 '이해할 수 있게 설명'하여야 한다고 규정할 뿐 달리 구체적 요건을 두고 있지 않음
  - 설명서 제공은 전자적 의사표시로도 가능하며, 금융당국은 "반드시 설명서를 구두로 읽어야 할 필요는 없으며 동영상 등 다양한 매체를 활용"할 수 있다는 입장<sup>11)</sup>이므로 AI 음성봇 등을 활용한 설명도 가능하다고 보임<sup>12)</sup>
- 보험업법은 금소법에 대해 특별법의 지위에 있으므로 이 경우 보험업감독규정상 AI 음성봇 관련 규정은 TM모집채널에서 보험소비자 보호를 위해 보다 구체적인 요건을 규정한 것으로 볼 수 있음
- 대면모집채널에서 금융소비자보호에 관한 감독규정 제22조 제7호 단서에 따라 비대면으로 모집하는 경우, 표준상품 설명대본에 따라 설명하고 '설명내용을 녹취'할 것 등을 요건으로 함
  - TM모집규제와 달리 '음성녹음'을 요하지 않으므로 AI 음성봇 활용도 가능하다고 보이나 법 시행 초기로 향후 금융당국의 해석을 확인할 필요가 있음

○ 전화와 인터넷이 상용되면서 대면모집과 TM, CM에 대한 개별적 규제가 확립되었으나, 스마트폰, AI, 온라인 플랫폼 등의 급속한 발달로 TM과 CM의 경계, 대면과 비대면의 경계가 갈수록 흐려지고 있으며 이러한 현상은 앞으로도 계속될 것으로 보임

- 새로운 기술의 발전방향과 그에 따른 위험을 사전에 예측하기는 어려우므로 현재는 기존의 규제 틀을 유지하면서 발전된 기술의 활용 수요를 최대한 신속하게 반영해 부분적 수정을 가하는 방식으로 개선이 이루어지고 있음
  - 금융당국은 이번 개선방안 외에도 보험산업과 소비자가 새로운 기술의 결실을 향유할 수 있도록 규제 샌드박스 등을 활용하여 화상통화 활용, 모바일 모집절차 전면 활용 등 지속적인 모집규제 완화, 개선을 추진하고 있음
- 기술의 발전에 따라 채널 간의 융합은 더욱 심화될 것으로 보이는 바, 이러한 규제 개선은 물론, 장기적으로는 대면, TM, CM을 구분하는 현행 규제체계 자체에 대한 근본적인 수정이 필요할 수 있을 것임
  - 금융당국은 물론, 학계, 업계, 소비자 등 다양한 이해관계자의 심도 깊은 검토와 적극적 의견개진을 통해 장단기적인 개선방향에 대해 공감대를 형성해나갈 필요가 있다고 사료됨

9) 보험회사 임직원, 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사

10) 백영화(2017), 「인공지능 모집채널에 따른 규정 정비관련 검토」, 『KIRI리포트』, 보험연구원, pp. 22~24를 참조

11) 금융위원회·금융감독원 보도자료(2021. 3. 29), "금융소비자보호법 시행 후 원활한 금융상품거래를 위해 판매자·소비자가 알아야 할 중요 사항을 알려드립니다", p. 4를 참조

12) 박상철(2021), 「금융AI의 활용과 금융소비자 보호: 차별금지, 설명요구권, 6대 판매규제 준수를 중심으로」, 『BFL』, 제107호, p. 52를 참조