

이슈
보고서

2021

12

일본 보험대리점 규제체계

김동겸·정인영

머리말

기존 유통업계에 상위 20%가 전체 매출을 좌우한다는 파레토 법칙이 적용됐다면, 최근에는 하위 80%의 개별 매출이 상위 20%에 맞먹을 정도 혹은 그 이상의 가치를 창출한다는 롱테일 법칙이 유통의 판도를 바꾸고 있다. 보험업계도 그간 대형사 소속의 대규모 전속설계사 조직이 전체 산업매출을 견인했다면, 최근에는 여러 보험회사의 상품을 다양한 소비자의 수요에 맞게 선별·판매할 수 있는 법인보험대리점(GA)이 주력 채널로 자리잡았다.

하지만 GA채널은 성장과정에서 여러 가지 문제점이 노출되었다. 마트를 예로 들어보면, 매대에 상품을 진열할 때 고객이 보기 쉽고, 고르기 쉽도록 상품의 용도와 종류를 배치하지만 그 과정에서 더 팔고 싶은 물건, 즉 마진이 큰 물건일수록 고객의 눈높이와 동선을 치밀하게 계산하여 구매를 유도하기도 한다. GA의 문제는 여기에 있다. 구비한 다양한 상품 중 고객이 처한 상황과 필요를 파악해 최적의 상품을 권유해야 하지만 때때로 판매자의 수수료 편향으로 불완전판매가 발생하고 민원으로 이어지는 결과를 초래하기도 한다.

일본 보험업계에서도 우리보다 앞서 승합대리점 채널이 발달하였고, 그 과정에서 현재 국내 GA시장에서 발생하고 있는 문제들과 유사한 문제들이 노출되었다. 이에 일본 금융당국과 업계는 공적규제와 자율규제 두 축을 중심으로 해결책을 모색하고 있다. 물론 그 과정에서 시행착오도 발생하였으며, 이를 보완하기 위한 시도도 끊임없이 이루어지고 있다.

본 연구는 일본의 대리점 규율체계를 조사함으로써 국내 GA채널이 처한 문제점들을 해결할 수 있는 실마리를 제공하고자 한다. GA채널이 본래의 취지대로 소비자의 선택권을 확대하고 산업 경쟁도 및 역동성을 제고하는 고객 중심 채널로 자리매김하길 바라는 바이다.

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

2021년 7월

보험연구원 원장 안 철 경



목 차

• 요약	1
I. 서론	2
II. 일본의 보험모집 현황	5
1. 보험모집 유형	5
2. 판매채널 운영실태	7
3. 모집시장 변화와 모집제도 정비 필요성	13
III. 공적규제: 보험대리점 영업행위	15
1. 보험대리점 준수 사항	17
2. 판매자책임 문제	29
IV. 자율규제: 보험대리점 수수료 체계	33
1. 개편 과정	34
2. 개편 내용	39
3. 제도 개편 이후 시장의 반응	43
V. 맺음말	47
• 참고문헌	48
• 부록	53

표 차례

〈표 I-1〉 GA와 보험회사 간 업무제휴 현황(‘20년 기준)	3
〈표 II-1〉 일본의 보험모집인 구분	6
〈표 II-2〉 일본의 생명보험 보험대리점 수 추이: 법인 vs. 개인	8
〈표 II-3〉 일본의 손해보험 보험대리점 수 추이: 법인 vs. 개인	9
〈표 II-4〉 일본의 손해보험 보험대리점 수 추이: 전속 vs. 승합	9
〈표 II-5〉 일본 보험회사의 승합대리점에 대한 지분투자 현황	12
〈표 II-6〉 일본 보험회사의 승합대리점 인수 및 업무제휴 현황	12
〈표 III-1〉 보험모집인이 보험계약자에게 제공해야 할 정보: 정보제공의무 사항	19
〈표 III-2〉 고객의향 파악 및 확인 정보	22
〈표 III-3〉 유형별 비교추천 규제 적용 방식	27
〈표 III-4〉 전문업무사용자배상책임보험상품의 담보위험과 보상액(기본형)	32
〈표 IV-1〉 일본 주요 보험회사의 보험대리점 수수료 평가지표	41
〈표 IV-2〉 모집수수료 체계 개편에 대한 보험회사와 승합대리점의 평가	42
〈표 IV-3〉 대리점수수료 체계 개편 이후 업계 논의	43

그림 차례

〈그림 I-1〉 국내 전속 및 비전속 모집시장 현황	2
〈그림 I-2〉 중대형 GA의 보험계약 유지율	4
〈그림 II-1〉 일본 보험산업 모집종사자 수 추이	8
〈그림 II-2〉 일본 보험산업 모집종사자 비중 추이: 전속 vs. 비전속	9
〈그림 II-3〉 생명보험상품 가입 경로	10
〈그림 II-4〉 손해보험상품 가입 경로	11
〈그림 III-1〉 일본의 보험업법 개정을 통한 보험모집 방식 정비	17
〈그림 III-2〉 고객의향 파악 과정	21
〈그림 III-3〉 유형별 의향 파악의무 이행 방식	24
〈그림 IV-1〉 판매수수료 변경 후 외화보험상품 판매량 변화	37
〈그림 IV-2〉 일본의 보험대리점 수수료 평가체계 논의 진행과정	38
〈그림 IV-3〉 일본의 보험대리점 판매수수료 평가체계 개편 전·후 비교	40

국내 법인보험대리점(GA) 채널이 소비자의 선택권을 확대하고 보험회사 간 경쟁 및 산업 역동성을 제고한다는 긍정적인 측면에도 불구하고, 운영 과정에서 불완전판매와 모집시장 내 과열경쟁 촉발 등 부작용이 발생함에 따라 개선의 필요성이 제기되고 있다. 앞서 보험대리점 시장이 활성화된 일본에서 국내와 유사한 문제들이 노출되었고, 이를 해결하고자 보험대리점 규율체계를 정비하였다. 본고는 국내 보험대리점 관련 제도개선에 도움이 되고자 일본의 관련 제도를 조사하였다.

일본은 2014년 보험업법 개정을 통해 특정보험모집인 개념을 도입하고 대형 보험대리점에 대한 금융청 감독을 법제화하였다. 법 개정의 목적은 보험모집의 투명성과 공정성 확보, 보험대리점 대형화에 따른 판매규제 정비, 소비자보호 강화에 있다. 이를 통해 모집인의 정보제공 및 고객의향 파악의무 및 승합대리점의 비교추천 및 체제정비의무 관련 규제가 개정·신설되었다. 한편 판매자책임과 관련하여 손해배상책임의무는 일차적으로 보험회사에 귀속되나, 보험회사가 보험대리점과 위탁계약 체결과정에서 보증인이나 배상책임보험가입을 요구하는 것이 일반화되어 있다.

아울러 일본의 주요 보험회사들은 2018년 이후 고객 중심의 업무운동을 위해 대리점수수료 산정 시 서비스의 질적 평가지표를 도입하고 특정 상품 판매에 따른 추가보수를 폐지하는 등 자율규제를 시행하고 있다. 기존의 대리점수수료 체계는 판매량에 따라 수수료 규모가 결정되는 구조로 사후관리 미흡, 고객의향과 부합하지 않은 상품 판매 등의 문제가 발생하였다. 이에 수수료 산정 시 판매량 등 양적 평가 항목 외에 계약유지율, 판매자 전문성, 사후관리서비스, 고객대응시스템 등 질적 평가 항목을 반영하도록 개편하였다. 이후 업계의 자율적인 운영실태 평가 등을 통해 제도개선이 지속적으로 이루어지고 있다.

본 연구에서 다루어진 일본 보험대리점 규율체계의 정비 목적 및 배경, 그리고 그 과정에서 다양한 시도 및 시행착오, 시정노력 등이 향후 국내 제도개선 시 유용한 참고자료로 활용되기를 희망한다.

I

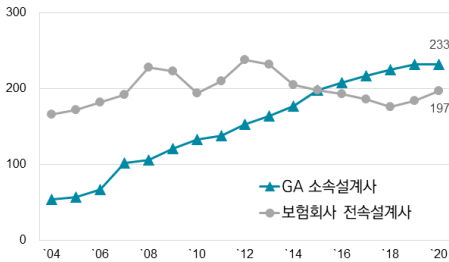
서론

- 국내 보험산업에서는 '96년 독립대리점 제도가 도입된 이후,¹⁾ 법인보험대리점(GA)이 급속히 성장하고 있음
 - '20년 말 기준 법인보험대리점 수는 총 4,501개이며,²⁾ 이 중 소속설계사가 500인 이상 대형 GA는 59개임³⁾
 - '15년 GA에 소속설계사 수는 보험회사 소속설계사 수를 넘어섰으며, '20년 말 기준 GA 소속설계사 수는 232,762명임⁴⁾
 - 개인보험대리점은 법인보험대리점에 비해 소비자들의 상품선택권이 제한적이어서 '06년 이후 감소 추세임

〈그림 I-1〉 국내 전속 및 비전속 모집시장 현황

〈전속·비전속 모집인원 추이〉

(단위: 천 명)



자료: 금융감독원, 금융통계정보시스템

〈법인보험대리점(GA) 운영 현황〉

(단위: 개)

구분	'16	'18	'20
1만 명 이상	3	3	4
5천 명 이상	7	8	7
1천 명 이상	32	36	38
5백 명 이상	46	55	59
전체	4,530	4,495	4,501

자료: 금융감독원 보도자료(2020. 5. 12), “19년 중대형 법인보험대리점 경영실적(잠정)”; 금융감독원 보도자료(2021. 5. 11), “20년 중대형 법인보험대리점 GA 영업실적”; e-클린 보험서비스

- 1) 재정경제원은 하나의 보험대리점이 다양한 보험회사의 보험상품을 판매할 수 있는 독립대리점(GA) 제도의 도입방안을 마련하고 손해보험은 '96년 4월부터, 생명보험은 '97년 4월부터 동 제도를 시행함
- 2) 금융기관보험대리점은 제외함
- 3) e-클린 보험서비스 공시자료 기준임
- 4) '20년 12월 말 기준 보험회사 전속설계사 수는 197,418명임(금융감독원, 금융통계정보시스템)

- GA채널의 등장은 소비자에게는 상품선택권 확보에 따른 편의제고를, 산업 측면에서는 보험회사 간 경쟁 및 산업 역동성 제고라는 긍정적 효과를 가져다줌
- GA채널의 경우 소비자에게 여러 보험회사의 다양한 상품 제공이 가능해, 소비자의 정보탐색비용(Searching cost)을 줄여 줄 수 있는 이점이 있음
- 한편, 전속영업조직 구축이 어려운 중·소형사들은 특정회사에 소속되지 않고 보험 상품을 판매하는 GA채널을 통해 상품경쟁력 확보 시 대형사와 경쟁하는 것이 가능해짐

〈표 I-1〉 GA와 보험회사 간 업무제휴 현황(20년 기준)

(단위: 개)

구분	GA 코리아	글로벌 금융판매	프라임에셋	인카 금융서비스	...	유어즈에셋
생명보험	18	22	20	19	...	8
손해보험	11	14	13	11	...	10

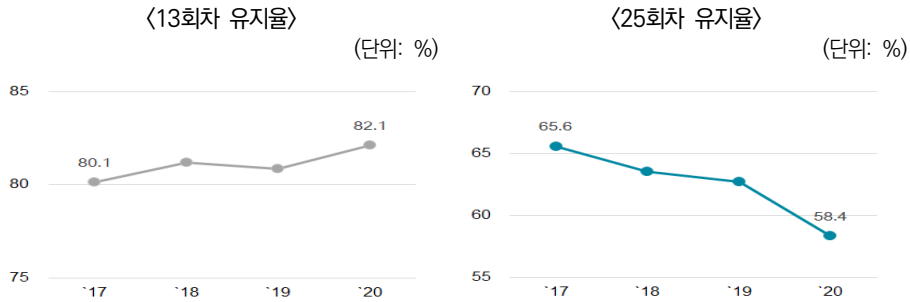
자료: e-클린 보험서비스

- GA채널의 이 같은 장점에도 불구하고, 운영 과정에 있어 불완전판매, 과도한 판매수수료 요구, 모집시장에서의 과열경쟁 촉발 등 다양한 부작용이 발생하고 있음
- 중대형 GA의 13회차 보험계약유지율은 소폭 개선되었으나, 25회차 보험계약유지율은 하락 추세임
- GA에 대한 금융감독원의 종합검사 결과, 자필서명 미이행, 허위작성계약, 부당 승환계약, 차익거래를 통한 모집수수료 편취, 보험료 대납 등 불완전판매 사례가 빈번히 발생하고 있는 것으로 나타남⁵⁾
- 안철경·정인영(2018), 김영국(2019), 김창호(2019, 2020) 등은 GA채널에서의 부당한 보험설계사 스카우트, 보험설계사의 빈번한 이직으로 인해 승환계약이나 고아 계약 문제가 발생하고 있음을 지적함⁶⁾

5) 금융감독원 보도자료(2020. 1. 23), “2019년 법인보험대리점(GA) 영업 전반에 대한 검사결과 주요 확인내용 및 시사점”

6) 안철경·정인영(2018); 김영국(2019); 김창호(2020); 김창호(2019)

〈그림 I-2〉 중대형 GA의 보험계약 유지율



자료: 금융감독원 보도자료(2020. 5. 12), “19년 중대형 법인보험대리점 경영실적(잠정)”; 금융감독원 보도자료(2021. 5. 11), “20년 중대형 법인보험대리점 GA 영업실적”

- 일본의 경우도 과거 ‘일사전속(一社専属制)’ 원칙을 유지해 왔으나, '96년 보험업법 개정을 통해 비전속 모집을 허용하였고, 이후 여러 보험회사의 상품 취급이 가능한 승합대리점(乗合代理店)의 영향력이 커지고 있음
- 승합대리점의 영향력이 확대되는 과정에서 현재 국내 GA시장에서 발생하고 있는 문제들이 일본에서도 발생하였고, 보험업법 개정과 업계 차원의 자율규제 마련을 통해 승합대리점에 대한 문제 해결책을 모색하고 있음
 - 일본의 승합대리점에 대한 규제체계는 금융청의 공적규제와 업계 차원의 자율규제가 상호보완적으로 운영되는 구조임
- 본 연구에서는 일본 승합대리점과 관련한 금융감독당국의 공적규제 및 보험산업 차원의 자율규율체계 조사를 통해 국내 보험산업에 주는 시사점을 제시하고자 함
 - 현재 국내 모집시장에서 나타나고 있는 문제들을 미리 경험한 일본 감독당국 및 산업 차원의 대응사례와 평가를 통해 국내 제도개선의 기초자료로 활용하고자 함
- 본 보고서의 구성은 다음과 같음
 - II장에서는 일본의 보험모집시장의 변화 과정과 보험산업 내 보험대리점의 기능 및 역할 수준을 평가함
 - III장에서는 보험대리점 영업행위에 대한 금융감독당국의 공적규제를 분석함
 - IV장에서는 보험대리점에 대한 자율규제인 대리점수수료 체계 변화와 제도 시행 후 시장의 반응을 논의함

II

일본의 보험모집 현황

- 일본에서 보험모집(保険募集)은 보험회사를 위해 보험계약 체결을 대리 또는 매개하는 것으로 정의함(보험업법 제2조 제26항)
 - 생명보험모집인(生命保険募集人), 손해보험모집인(損害保険募集人) 또는 소액단기보험모집인(少額短期保険募集人)을 보험모집인으로 총칭함(보험업법 제2조 제23항)
- 본 장에서는 일본의 ① 보험모집인의 유형, ② 판매채널 운영실태 및 변화 과정, ③ 보험업법 개정 당시 모집시장 변화에 따른 시장참여자들의 제도개선 요구사항을 살펴봄

1. 보험모집 유형

가. 보험모집인

- 보험모집인(保険募集人)은 등록을 받은 보험회사의 임원 및 사용인, 위탁 또는 재위탁을 받은 자, 그러한 자의 임원 및 사용인임(보험업법 제2조 제19항, 제275조 제1항 1호)
 - 보험회사 사용인은 보험회사와 고용관계에 있는 내근직원과 영업직원으로 구성됨
 - 통상적으로 영업직원은 보험회사와 고용관계에 있고 일정한 고정급여가 존재하며, 촉탁영업직원은 보험회사와 위임 또는 도급관계에 있으면서 고정급여 없이 성과급여가 존재하며 '생명보험회사의 위탁받은 자'에 해당함
 - 보험회사 임원의 사용인은 보험회사의 지점장 등 임원이 고용한 자를 의미함
 - 보험회사로부터 위탁을 받은 자는 보험대리점과 촉탁외무원 등임⁷⁾
 - 보험대리점의 사용인은 보험대리점에서 근무하면서 보험대리점의 지휘감독·명령에 따라 보험모집을 하는 모집인을 의미함⁸⁾

7) 保険教育システム研究所(2006)

8) 대리점 소속 보험모집인은 『감독지침 II-4-2-1 (3)』에 의거하여 실질상 '고용관계'로 평가받고 있음(早稲田大学 大塚英明(2016))

〈표 II-1〉 일본의 보험모집인 구분

생명보험 모집인	손해보험 모집인	소액단기보험 모집인
보험업법 제2조 제19항	보험업법 제2조 제20항	보험업법 제2조 제22항
① 임원 ② 보험회사 사용인 ③ 보험회사 위탁자 ④ 보험회사 위탁자의 사용인	① 임원 ② 보험회사 사용인 ③ 보험회사 위탁자의 사용인	① 임원 ② 사용인 ③ 위탁자 ④ 위탁자의 사용인

자료: 保険業法: 金融庁, 保険会社向けの総合的な監督指針 II-4-2-2 保険募集管理態勢

나. 보험대리점

○ 보험대리점(保險代理店)은 일정한 보험회사를 위해 계속해서 계약 체결의 매개를 업으로 하는 독립된 상인을 의미함(상법 제27조, 보험업법 제502조 9호)⁹⁾

- 생명보험대리점은 ‘생명보험회사와 위탁관계에 있는 자’에 해당하므로 대리점과 보험회사는 위임관계로, 권리의무관계는 대리점위탁계약서에 따라 정해짐
 - 보험대리점이 사용인을 두고 보험모집을 할 경우 생명보험회사와 그 사용인은 법률관계에 있지는 않음

○ 보험대리점은 그 형태에 따라 ① 개인대리점과 법인대리점, ② 전속대리점과 승합대리점, ③ 전업대리점과 부업대리점 등으로 구분됨

- 보험업법상 개인대리점(個人代理店: 개인으로 등록한 대리점)과 법인대리점(法人代理店: 주식회사 등 법인조직으로 등록한 대리점)을 구분하는 용어가 존재하지 않으나, 금융청의 보험회사를 위한 종합적인 감독지침(이하, ‘감독지침’이라 함)¹⁰⁾에서 ‘개인보험대리점 사용인’과 ‘법인보험대리점 사용인’이 명시되어 있음
- ‘전속대리점(専属代理店)’과 ‘승합대리점(乗合代理店)’은 우리나라의 전속대리점과 비전속대리점에 해당되는 개념으로, 감독지침에서는 보험모집인이 두 개 이상의 소속보험회사 등을 갖는 경우를 승합대리점으로 규정하고 있음
 - 즉, 승합대리점은 두 개 이상의 보험회사와 대리점계약을 체결하여 보험상품을 판매하는 경우를 말하며, 전속대리점은 특정 보험회사와 대리점계약을 체결하여

9) 다만, 상인이 아닌 자(상호회사)의 대리점은 상법상 대리점과 구별되지만 상법을 준용함(보험업법 제21조 1항)

10) 金融庁, 保険会社向けの総合的な監督指針 III-2-1

보험상품을 취급하는 경우를 의미함

- ‘전업대리점(專業代理店)’과 ‘부업대리점(副業代理店)’은 보험대리점 전업 유무를 기준으로 한 분류로서, 전업대리점은 보험상품 판매를 전문으로 하는 대리점을 말하고, 부업대리점은 타 업무와 함께 보험상품 판매를 겸업하는 대리점을 칭함
 - 자동차보험을 취급하는 자동차대리점 및 정비공장, 화재보험을 취급하는 부동산 중개인, 여행상해보험을 취급하는 여행사 등이 부업대리점에 해당됨

2. 판매채널 운영실태

가. 모집인력 및 대리점 규모

○ 최근 생명보험 및 손해보험 산업 모집종사자 수는 정체 상태임

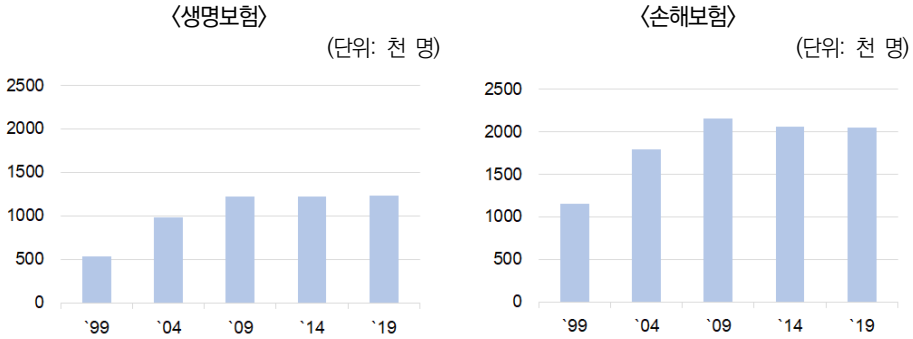
- 생명보험 모집종사자 수는 '19년 기준 약 124만 명 수준임
 - 생명보험 모집종사자 중 등록영업직원(전속영업직원)은 23만 6,987명이며,¹¹⁾ 대리점소속 보험모집인은 99만 9,121명임¹²⁾
 - 대리점소속 보험모집인(대리점 사용인, 비고용관계)은 과거 방카슈랑스제도 도입('01년), 우체국의 보험산업 편입('07년) 이후 큰 폭으로 증가하였으나, 최근에는 정체 상태임
- 손해보험 모집종사자 수는 '19년 기준 약 205만 명 수준임
 - 손해보험 모집종사자 중 전속대리점 소속 모집종사자 수는 57만 3,442명이며, 승합대리점 소속 모집종사자 수는 148만 1,500명임¹³⁾
 - 손해보험 모집종사자 수는 방카슈랑스의 단계적 도입과 생·손보 교차판매 등의 영향으로 '01년에서 '05년 사이 지속적으로 증가한 이후, '06년 이후 정체 상태임

11) 과거 생명보험회사는 영업직원의 '대규모 진입 및 퇴직' 등으로 인력 확보가 용이하였으나, 최근에는 인구고령화로 청년층의 대규모 채용이 어려워진 상황 하에 고령층의 대규모 퇴직이 이어져 인력확보가 어려운 상황임(金融調査情報(2009. 3. 11), “変貌する生保販売チャンネルと生保窓販の行方”)

12) 日本生命保険協会(2020)

13) 日本損害保険協会(2020)

〈그림 II-1〉 일본 보험산업 모집종사자 수 추이



자료: 日本生命保険協会, 生命保険の動向 각 연호; 日本損害保険協会, 日本の損害保険 Fact Book 각 연호

○ 생명보험과 손해보험 산업 모두 개인대리점이 축소되고 있는 추세임

- 생명보험 개인대리점은 판매경쟁력 약화로 해마다 그 수가 감소하고 있는 반면, 독립보험대리점이나 보험회사가 직영으로 운영하는 ‘내방형점포(来店型店舗)’가 증가하는 추세임
- 영업직원을 주력 판매채널로 활용하지 않는 외국계 보험회사 및 대형 생명보험 회사를 중심으로 본사 직영의 내방형점포를 설치하여 운영함

〈표 II-2〉 일본의 생명보험 보험대리점 수 추이: 법인 vs. 개인

(단위: 개)						
구분	'96	'01	'06	'11	'16	'19
법인대리점	26,653	31,277	36,292	34,694	35,306	33,948
개인대리점	161,296	114,047	79,501	64,470	55,805	49,631

자료: 日本生命保険協会, 生命保険の動向 각 연호

- 손해보험대리점 수는 '96년 62만 3,741개를 정점으로 지속적으로 감소하여 '19년 기준 17만 2,191개임
- 생·손보사 간 교차판매 허용과 법인대리점 수 증가 추세에 따른 개인대리점 수 감소 등으로 손해보험대리점 등록이 감소하고 있음

〈표 II-3〉 일본의 손해보험 보험대리점 수 추이: 법인 vs. 개인

(단위: 개)

구분	'98	'01	'06	'11	'16	'19
법인대리점	132,361	124,190	117,262	108,744	107,104	73,276
개인대리점	461,511	218,001	149,491	88,261	88,939	98,915

자료: 日本損害保険協会, 日本の損害保険 Fact Book 각 연호

- 손해보험산업의 경우 전속대리점 수가 승합대리점 수의 3배 이상임

〈표 II-4〉 일본의 손해보험 보험대리점 수 추이: 전속 vs. 승합

(단위: 개)

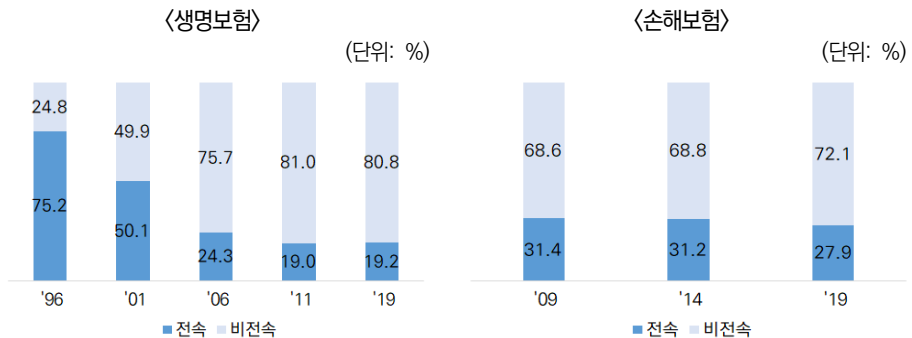
구분	'98	'01	'06	'11	'16	'19
전속대리점	476,860	261,597	196,880	149,959	148,789	131,922
승합대리점	117,012	80,594	56,930	47,046	47,254	40,269

자료: 日本損害保険協会, 日本の損害保険 Fact Book 각 연호

○ 생명보험과 손해보험 산업 모집종사자들 모두 전속조직보다는 비전속조직에 속해 있는 비중이 높음

- 일본의 생명보험과 손해보험 산업의 비전속 판매인력 비중은 '19년 기준 각각 80.8%, 72.1%임

〈그림 II-2〉 일본 보험산업 모집종사자 비중 추이: 전속 vs. 비전속



자료: 日本生命保険協会, 生命保険の動向 각연호; 日本損害保険協会, 日本の損害保険 Fact Book 각 연호

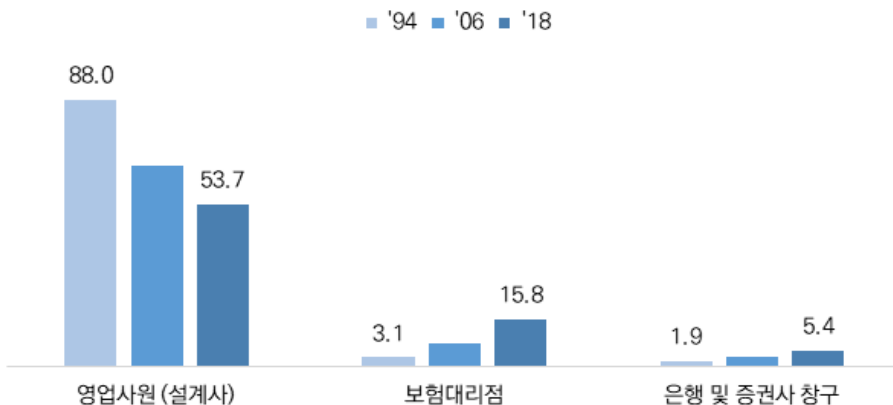
나. 채널별 상품 판매 실적

1) 생명보험

- 생명보험문화센터(2018)의 설문조사에 따르면, 설계사 채널을 통한 가입은 감소 추세에 있는 반면, 보험샵 등 보험대리점을 통한 판매가 크게 늘어남¹⁴⁾
 - 생명보험상품 가입경로는 보험회사 영업직원(설계사)이 53.7%로 가장 많았고, 보험대리점(15.8%), 통신판매(6.5%), 은행 및 증권사 창구(5.4%) 등의 순임
 - 설계사 채널은 '90년대에 전체 판매량 85% 이상의 점유율을 기록하였으나, '00년대 이후 다양한 판매채널이 보급되면서 50%대로 하락함
- 연령이 높을수록 설계사를 통한 가입비중이 높으며, 연령이 낮을수록 보험대리점을 통한 가입이 상대적으로 많음
 - 설계사를 통한 보험상품 가입이 많은 연령대는 60대(67.3%), 50대(63.5%), 70대 이상(59.2%) 순이며, 보험대리점을 통한 가입이 많은 연령대는 30대(33.6%), 30대 미만(33.3%), 40대(25.8%) 순임

〈그림 II-3〉 생명보험상품 가입 경로

(단위: %)



주: 최근 5년 동안 가입한 보험상품을 대상으로 한 설문조사임

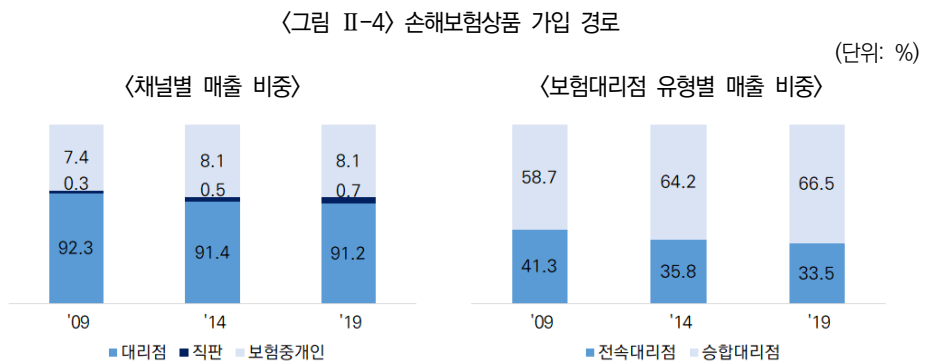
자료: 生命保険文化センター

14) 生命保険文化センター(2018)

2) 손해보험

○ 손해보험의 경우 대리점을 통한 가입이 대부분을 차지함

- 대리점 유형별로는 다수의 보험회사와 판매위탁관계를 맺은 승합대리점의 매출 비중이 확대되는 추세임
 - 손해보험산업의 대리점을 통한 전체 매출액 중 승합대리점 매출액 비중은 '09년 58.7%에서 '19년 66.5%로 증가함



자료: 損害保険協会 홈페이지; 日本損害保険協会, 日本の損害保険 Fact Book 각 연호

○ 보험산업 내 승합대리점의 영향력이 확대되면서,¹⁵⁾ 고객접점 확보를 위해 자회사로 승합대리점을 소유하거나 업무제휴를 추진하는 보험회사가 늘어남

- (업무제휴) 일본생명, 제일생명 등 대형 생명보험회사들이 내방형 승합대리점에 지분투자 전략을 추진함

15) 내방형점포를 통한 신계약 체결 건수는 최근 10년 동안 연평균 18.8% 증가함('10년: 44만 건 → '19년: 207만 건(矢野經濟研究所推計(2020))

〈표 II-5〉 일본 보험회사의 승합대리점에 대한 지분투자 현황

보험시장 (保険市場)	보험창구 (ほけんの窓口)	보험안심라인 (保険まっとライン)	보험설계 (保険デザイン)	라이프살롱 (ライフサロン)
주우생명(5.1%) 메트라이프(5.1%) 부국생명(4.2%) 태양생명(3.4%)	주우생명(8.9%) 아이오이닛세이도 와손해보험(8.5%)	주우생명(30%)	주우생명(95.0%)	일본생명(95.2%)

주: 2019년 7월말 기준 주요 주주현황임

자료: Shared Research(2020)

- (판매자회사 설립) 일본생명은 '87년 본사직영 보험대리점인 '라이프플라자'를 설립한 후 '15년 해당 조직을 자회사로 개편함

〈표 II-6〉 일본 보험회사의 승합대리점 인수 및 업무제휴 현황

보험회사	형태 및 계약대리점		점포 수	유형	시기
	형태	대리점명			
일본생명 (日本生命)	자회사	라이프살롱(ライフサロン)	63개	내방형	'15. 5
		라이프플라자(ライフプラザパートナーズ)	38개	방문형	'15. 11
		보험110(ほけんの110番)	93개	내방형	'17. 4
	업무제휴	니토리보험(ニトリのほけん + ライフサロン)	5개	내방형	'15. 7
		도코모 보험상담(ドコモでほけん相談)	31개	내방형	'16. 9
주우생명 (住友生命)	자회사	보험백화(ほけん百花)	73개	내방형	'09. 10
		보험설계(保険デザイン)	19개	내방형	'17. 7
	업무제휴	보험안심라인(保険まっとライン)	208개	내방형	'18. 1
제일생명 (第一生命)	자회사	알파컨설팅(アルファコンサルティング)	22개	방문형	'18. 4
	업무제휴	일본조제보험쇼핑(日本調剤ほけんショップ)	7개	내방형	'17. 2
		호로스 계획(ホロスプランニング)	25개	내방·방문형	'17. 8
		마츠모토 키요시(マツモトキヨシ)	14개	내방형	'17. 11
메이지야스다 (明治安田生)	자회사	보건포트(ほけんポート)	1개	내방형	'09. 5
도카이도쿄 파이낸셜홀딩스 (東海東京FHD)	자회사	보험테라스(保険テラス)	77개	내방형	'19. 3

자료: 大沼・八重子(2018a)

3. 모집시장 변화와 모집제도 정비 필요성

- 일본의 생명보험모집인은 '96년 보험업법 개정 전까지 '일사전속 원칙'이 유지되어 왔음
 - '일사전속제(一社専属制)'는 생명보험 모집인의 부적절한 승환(乗換)이 과도하게 발생하면서 이를 방지하기 위한 하나의 대안이었음¹⁶⁾
 - 이는 보험모집인이 특정 보험회사에 소속되어 있다면 여러 보험회사의 상품비교를 기반으로 한 승환모집은 불가능할 것으로 판단한 것임¹⁷⁾
- 그러나 규제완화 추세에 맞추어 '96년 보험업법 개정을 통해 생명보험대리점의 비전속 보험모집이 일부 허용되고 비교금지 규정도 개정됨
 - 생명보험대리점의 일사전속제와 관련해서는 '보험계약자 등의 보호가 부족할 우려가 없는 경우'라는 예외규정이 신설되면서, 손해보험에서만 허용된 승합대리점이 생명보험에도 등장하게 됨
 - 보험계약 내용을 '일부' 비교하는 것을 원칙적으로 금지(一部比較の禁止)하는 규정이 있었는데, 이를 '오해시킬 우려가 있는 사항'에 대한 비교금지로 개정함¹⁸⁾
- 이 같은 배경하에 여러 회사의 보험상품을 취급하는 승합대리점이 성장하였으나, 그 과정에서 소비자가 원하는 보험상품을 추천하기보다 판매수수료 수준에 따라 상품추천이 이루어지는 등 비교추천 판매의 문제점이 발생하기 시작함¹⁹⁾
 - 소비자에게 여러 보험회사의 보험상품에 대한 비교정보 제공 후 상품추천 및 판매 등과 같은 승합대리점의 영업방식은 보험상품 제공자인 보험회사와는 무관한 승합대리점 자체의 행위에 해당한다고도 볼 수 있음
 - 이에 따라 일차적으로는 승합대리점이 독자적으로 내부통제를 정비하고, 이에 대한 적절성 평가는 감독당국이 수행하는 것이 바람직할 수 있다는 의견이 제시됨
- 또한, 보험자유화로 보험상품이 다양하고 복잡해졌으나, 과거의 일방향적인 보험모집방식으로는 소비자들이 자신이 가입한 보험에 대해 충분히 내용을 이해하기에 한계를 보일

16) 일본의 보험모집에 관한 규제는 '48년 『보험모집의 단속에 관한 법률(募取法)』에서 출발함

17) 刀 俊雄・渡部記安(1989)

18) 保険業法 300条 1項 6号

19) 株式会社ワールド (2015a)

수 있다는 점 등을 고려하여 소비자와 판매자와의 상호작용 필요성이 대두됨

- 과거의 보험모집방식은 상품설명에서 계약 체결까지 보험모집인에 의한 충분한 설명이 이루어지지 않아, 소비자는 보험금 지급대상 사고가 발생해도 보험금 청구를 하지 않는 경우가 빈번히 발생하였음
- 이 같은 우려는 '05년 손해보험산업의 보험금(付随的な保険金) 미지급 사태를 계기로 증폭되었으며, 이후 보험모집에 대한 근본적인 변화 필요성이 제기됨²⁰⁾

20) 日本損害保険協会(2015)

Ⅲ

공적규제: 보험대리점 영업행위

- 일본은 '14년 보험업법 개정²¹⁾ 과정에서 '특정보험모집인(特定保険募集人)' 개념을 도입하고, '대형 보험대리점'에 대한 금융청 감독을 법제화²²⁾
 - '대형 특정보험모집인'은 직전 사업년도 말 기준 위탁계약을 체결한 보험회사 수 또는 수수료 수입을 기준으로 판단함(보험업법시행규칙 제236조의2)
 - '대형 특정보험모집인'에 대한 판단 시 전속대리점은 제외하며 사업년도 말 기준 업권별(생명보험, 손해보험, 소액단기보험)로 적용함
 - 주 대리점에 개별적으로 등록된 대리점은 소속 보험회사 수 또는 수수료 총액 기준 책정 시 종속대리점으로 취급하고 합산하여 판단함

[보험업법 제303조]²³⁾ 대형 보험대리점의 '서류비치'의무

- '특정보험모집인(特定保険募集人)*' 또는 '보험중개인(保険仲立人)'은 내각부령에서 정하는 바에 따라 각 사무소별로 업무에 관한 서류를 갖추고 보험계약자마다 내각부령에서 정한 사항을 기재하고 보존해야 함
 - * 내각부령(内閣府令)에서 정한 일정 규모 이상의 '대형 특정보험모집인(規模が大きい特定保険募集人)'을 대상으로 함

[보험업법시행규칙 제236조의 2]²⁴⁾ '대형 특정보험모집인' 판단 기준

- 직전 사업년도 말 소속 생명보험회사의 수가 15개 이상인 자 또는 당해 사업년도에 두 개 이상의 소속 생명보험회사로부터 받은 수수료(소비세는 제외함), 보수 등 기타 대가의 총액이 10억 엔 이상인 자

21) '14년 5월 23일 『보험업법 일부 개정법률안(保険業法等の一部を改正する法律)』이 통과되어, '16년 5월 29일부터 시행됨(金融庁(2016. 5. 27), 「『保険業法等の一部を改正する法律』等の施行について」)

22) 金融庁(2016. 3. 31), "保険業法改正(平成28年5月29日施行)に伴い規模が大きい特定保険募集人に求められる対応について"

23) 保険業法 第三百三条(帳簿書類の備付け)(https://elaws.e-gov.go.jp/document?law_unique_id=407AC0000000105_20200501_501AC00000000028)

24) 保険業法施行規則 第二百三十六條の二(規模が大きい特定保険募集人)(<https://elaws.e-gov.go.jp/document?lawid=408M50000040005>)

-
- 직전 사업년도 말 소속 손해보험회사의 수가 15개 이상인 자 또는 당해 사업년도에 두 개 이상의 소속 손해보험회사로부터 받은 수수료(소비세는 제외함), 보수 등 기타 대가의 총액이 10억 엔 이상인 자
 - 직전 사업년도 말 소속 소액단기보험업자의 수가 15개 이상인 자 또는 당해 사업년도에 두 개 이상의 소속 소액단기보험업자로부터 받은 수수료(소비세는 제외함), 보수 등 기타 대가의 총액이 10억 엔 이상인 자
-

○ 금융청의 보험업법 개정 목적은 ① 보험모집의 투명성과 공정성 확보, ② 보험대리점 대형화에 따른 판매규제 정비, ③ 소비자보호 강화 등임

- (모집 투명성) 다양하고 복잡한 보험상품 출시가 확대됨에 따라 보험상품 권유 및 판매과정에서 소비자의 접근성 및 이해도 개선을 통해 투명하고 공정한 모집제도를 정착하고자 함
- (대리점 대형화 대응) 보험대리점이 대형화되면서 특정 보험회사가 모집인의 업무 내용을 파악하고 관리하는 데 한계를 보임에 따라 이에 대한 대응책 마련이 요구되는 상황이었음
- (소비자보호) 대형법인대리점과 소속 사용인의 과도한 모집경쟁 부작용으로 발생할 수 있는 소비자 피해 문제를 억제하고자 함

○ 보험모집과 관련한 '14년 보험업법 개정 내용은 크게 '보험모집에 관한 기본원칙 수립'과 '대형보험대리점에 대한 규제 정비'로 구분해 볼 수 있음

- 보험모집에 관한 기본원칙: 정보제공의무, 고객의향파악의무
- 대형보험대리점에 대한 규제 정비: 체제정비의무 부과

〈그림 Ⅲ-1〉 일본의 보험업법 개정을 통한 보험모집 방식 정비

보험모집에 관한 기본원칙 수립		(대형)승합대리점 체제정비
① 정보제공의무	② 고객의향파악의무	③ 비교추천 ④ 체제정비의무
보험업법 제294조의1, 보험업법시행규칙 제227조의2, 3, 보험업감독지침 Ⅱ-4-2-2	보험업법 제294조의2, 보험업감독지침 Ⅱ-4-2-2	보험업법 제294조의3, 보험업법 제303조, 보험업법시행규칙 제227조의2, 보험업감독지침 Ⅱ-4-2-9
← 모든 모집인에게 적용 →		
← (대형)승합대리점에 적용 →		

1. 보험대리점 준수 사항

가. 정보제공의무(情報提供義務)

- 보험모집인 등은 보험계약 체결, 모집, 가입권유 행위 과정에서 모집과 관련한 계약내용이나 보험계약자 등에 참고가 되는 기타 정보를 제공해야 함(보험업법 제294조)²⁵⁾

[보험업법 제294조] 정보제공(情報の提供)

- (보험업법 제294조) 보험회사, 보험모집인, 보험중개인 또는 직원 및 사용인은 보험계약의 체결, 모집, 보험계약에 가입하는 것을 권유하는 행위에 관하여, 보험계약자 등의 보호에 도움이 되도록, 내각부령*이 정하는 바에 의하여, 보험계약의 내용, 기타 보험계약자 등에게 참고가 되는 정보를 제공하여야 함

* 보험업법시행규칙 제227조의2, 제3~제8항

25) 法令検索, 第二百九十四条 (情報の提供)(https://elaws.e-gov.go.jp/document?law_unique_id=407AC0000000105_20200501_501AC0000000028)

- (보험업법 제294조의3) 보험모집인은 보험모집 시 (1) 소속 보험회사 상호, (2) 본인이 소속 보험회사의 대리인으로 보험계약을 체결하는지 또는 중개하는지의 구분, (3) 기타 내각부령이 정하는 사항을 명확히 하여야 함

○ 개정보험업법 시행 전에는 보험업법 제300조 금지규정에서 계약내용에 대해 고지의무를 부과하고 있었으나, 고지내용 범위 및 타 업권과의 설명의무 부과 차이 등에 대한 문제가 제기되면서 고객에게 보다 적극적인 설명의무를 부과함

- 개정 전 보험업법 제300조상에서는 고지하지 않으면 안 되는 중요사항 범위가 계약내용에 한정됨
- 예금의 경우 은행법에서 적극적인 설명의무가 요구되고 있었으나, 보험상품의 경우 상대적으로 설명의무 수준이 낮아 업권 간 형평성 차이를 지적하는 경우가 적지 않았음²⁶⁾

○ 보험모집인이 보험계약자에게 제공해야 할 정보의 내용 및 전달 방식은 『보험업법시행규칙 제227조의2 제3항』²⁷⁾과 『보험업감독지침 II-4-2 및 II-4-2-2』²⁸⁾에서 규정함

- 고객에게 제공해야 하는 정보는 고객이 보험상품의 내용을 이해하기 위한 필수정보인 계약개요와 고객에게 환기시킬 필요가 있는 정보인 주의환기정보로 구분됨
 - 계약개요(契約概要): 보험금 지급조건, 보험기간, 보험금액 등
 - 주의환기정보(注意喚起情報): 고지의무, 책임개시 시점, 계약의 실효 등

26) 金融庁・金融審議会(2013. 6. 7), “「『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」(「新しい保険商品・サービス及び募集ルールのあり方について」)

27) 保険業法施行規則, 第二百二十七条之二 情報の提供(<https://elaws.e-gov.go.jp/document?lawid=408M5000040005>)

28) 保険会社向けに総合的な監督指針, II-4-2-2・保険契約の募集上の留意点(<https://www.fsa.go.jp/common/law/guide/ins/index.html>)

〈표 III-1〉 보험모집인이 보험계약자에게 제공해야 할 정보: 정보제공의무 사항

계약개요	주의환기정보
• 상품구조 • 보장내용 * 보험금 등의 지급사유, 지급사유에 해당하지 않는 경우와 면책사유 등 보험금 등을 미지급하는 경우에 대해 각각 중요한 내용을 기재 • 주 특약 및 해당 특약의 개요 • 보험기간 • 인수조건 • 보험료에 관한 사항 • 보험료 지급에 관한 사항 : 보험료 납입 방법, 보험료 납입기간 • 배당금에 관한 사항 : 배당금 유무, 배당 방법, 배당액 결정 방법 • 해약환급금 등의 유무와 이에 관한 사항	• 청약철회(Cooling-off)* * 보험업법 제309조 제1항에서 규정하는 보험계약의 청약과 철회 등 • 고지의무 내용 * 위험 증가에 의하여 보험료 등을 증액하여도 보험계약이 계속되지 아니하는(보험기간 중도종료) 경우가 존재하는 약관이 정해진 경우 해당 사례를 기재 • 책임개시 시기 • 지급사유에 해당하지 않는 경우와 면책사유에 관한 중요 사항 • 보험료 납입유예기간, 계약실효, 부활 등 * 보험료 자동이체제도를 갖춘 보험상품에 대해서는 해당 제도의 설명을 포함함 • 해약과 해약반환금의 유무 • 절차실시기본계약의 상대방이 되는 ADR기관 • 중복보상에 관한 사항

자료: 金融庁, 保険会社向けの総合的な監督指針 II-4-2-2 保険契約の募集上の留意点

나. 고객의향파악의무(意向把握義務)

- 보험모집인은 보험계약 체결 시 고객의 의향을 파악하고, 이에 따른 보험계약 체결과정에서 고객 의사와 보험계약내용의 일치 여부를 고객이 확인할 기회를 제공해야 함(보험업법 제294조의2)

[보험업법 제294조의2]²⁹⁾ 의향파악의무(意向把握義務)

- 보험회사, 보험모집인, 보험중개사 또는 직원, 사용인은 보험계약의 체결, 모집, 보험계약에 가입하는 것을 권유하는 기타 행위에 대해 고객의 의향을 파악하고, 이에 따른 보험계약 체결 등의 권유 제안, 보험계약내용의 설명 및 보험계약의 체결과정에서 고객의 의사와 보험계약내용의 일치 여부를 고객이 확인할 기회를 제공하여야 함. 다만, 보험계약자보호 미흡 우려가 없는 것으로 내각부령으로 정하는 경우에는 그러하지 아니함

29) 法令検索 第二百九十四条の二(顧客の意向の把握等)

○ 보험업법 개정으로 기존의 ‘의향확인’ 제도를 ‘의향파악의무’ 제도로 변경함

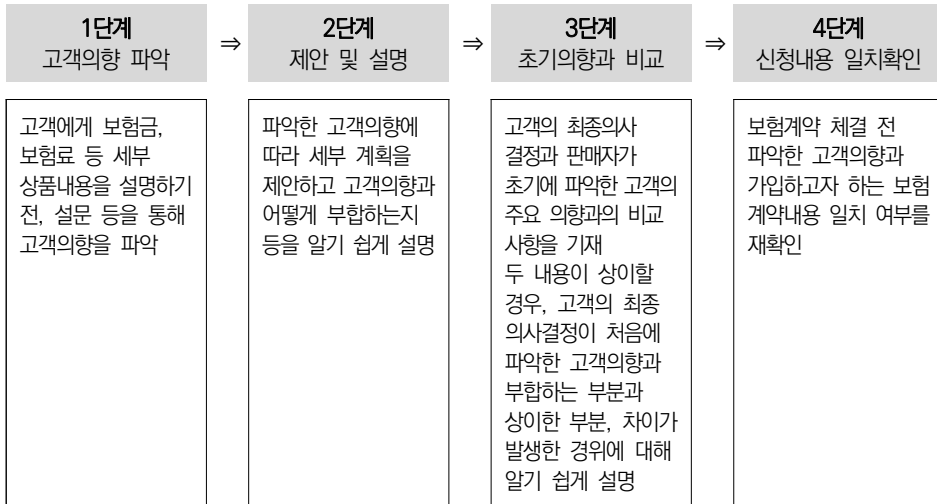
- 종전에는 보험계약자가 보험에 가입 시 본인의 가입의사 여부에 따른 결과인지를 확인하기 위해 보험가입 최종 단계에서 본인의 의향을 확인하는, 이른바 ‘의향확인(意向確認)’ 제도를 운영하고 있었음
- 그러나, 보험모집인으로부터 보험상품에 대한 많은 설명을 들은 후 최종단계에서 본인의 결정을 반복하는 것이 실제로 어렵고, 소비자들이 보험상품에 가입하려고 하는 초기 단계부터 그 의향을 정확히 파악하는 것이 보다 중요할 수 있다는 의견이 제기되면서 모집인을 대상으로 ‘의향파악의무(意向把握義務)’ 제도로 변경됨
- 즉, 고객 스스로 본인이 보유하고 있는 위험을 평가하고 그 중 어떤 위험을 보험으로 처리할 것인지를 판단하게 한 후 보험에 가입할 수 있는 환경을 조성하기 위한 목적에서 출발하였음³⁰⁾

○ 보험모집인은 보험모집 시 ① 고객이 보유한 위험, 보험 필요성 등 ‘고객의향’을 파악하고, ② 이 같은 ‘고객의향’에 기초하여 이들에게 적합한 상품을 제안한 후, ③ 해당 보험계약의 내용을 알기 쉽게 설명하고, ④ 보험계약 시 고객의 의사와 해당 보험계약의 내용이 일치하고 있는지를 고객이 볼 수 있는 기회를 제공해야 함

- 비교추천이 가능한 승합대리점은 고객으로부터 파악한 의향과 특정 상품을 권유하는 이유, 제시하는 보험계약과 고객의향과의 일치 여부 등을 고객에게 서면 또는 이에 준하는 방식으로 기록으로 남겨야 함

30) 金融庁・金融審議会(2013. 6. 7), “「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”(「新しい保険商品・サービス及び募集ルールのあり方について」)

〈그림 Ⅲ-2〉 고객의향 파악 과정



자료: 石橋 弘文(2016)

○ 보험상품 판매 시 고객의향 파악을 위해 확인해야 할 정보는 상품 유형에 따라 차이가 있음

- (대상상품) 고객의향확인서 작성대상 상품은 크게 생명보험상품 및 제3보험상품, 손해보험상품으로 구분됨
 - 한편, 변액보험, 변액연금보험, 외화보험 등 투자형상품³¹⁾의 경우 의향확인서와 별도로 적합성 보고서를 함께 작성해야 함
- (고객의향 파악을 위한 정보) 보험모집인은 생명보험과 제3보험 판매 시 고객이 희망하는 보장사항, 저축에 대한 필요성, 보장기간·보험료·보험금 수준에 관한 의향을 파악해야 함

31) 일본에서는 '06년 6월 공정한 금융상품 거래 및 유가증권의 발행·유통, 금융상품의 공정한 가격 형성 및 투자자 편의 향상과 보호규칙 강화를 위해 증권거래법을 금융상품거래법(金融商品取引法)으로 개정하였음. 일본의 금융상품거래법은 투자, 예금, 보험서비스 등에 관한 원칙을 횡적으로 규제하는 법이라기보다 투자서비스에 관한 법이라 할 수 있으며, 결국 예금과 보험상품은 기본적으로 동법의 적용 대상이 아님. 다만, 예금과 보험상품 중 외화예금, 파생상품예금, 변액보험 등은 원본 결손이 생길 수 있다는 점에서 경제적 성질이 금융상품거래법의 적용이 되는 금융상품과 유사하여, 이들 상품에 대해 은행법과 보험업법 등 각 사업별로 금융상품거래법의 이용자 보호원칙에 관한 규정을 준용하도록 하는 법체계를 취하고 있음. 즉, '07년 4월 13일 금융청은 금융상품거래법을 공포함과 더불어 보험업법 시행령·보험업법 시행규칙 개정안을 발표하면서 '특정보험계약(特定保険契約)'으로 정의되는 투자성이 강한 보험계약에는 광고규제, 서면교부의무, 적합성 원칙 등 금융상품거래법의 행위규제가 준용되고 있으며(보험업법 제300조의2), '특정보험계약'으로 ① 변액보험·연금, ② 해약환급금 변동형 보험·연금, ③ 외화보험·연금을 포함시키고 있음(보험업법시행규칙 제231조의2)

- 손해보험상품 판매 시에는 고객이 희망하는 보험종류, 특약, 보장기간·보험료·보험금 수준, 우선적인 고려사항 등을 파악해야 함

〈표 Ⅲ-2〉 고객의향 파악 및 확인 정보

구분	생명보험(第一分野)·제3보험(第三分野)	손해보험(第二分野)
의향 파악 정보	- 어떤 분야의 보장을 원하는가? - 사망 시 유족보장, 의료보장, 상해 또는 특정 질병 대비, 노후생활자금 준비 등 - 저축 요소를 필요로 하고 있는가? - 보장기간, 보험료, 보험금 희망 범위, 우선 고려사항 - 예를 들어, 변액보험, 변액연금보험, 외화보험 등 투자형상품의 경우 ① 수익창출을 목적으로 하고 있는지, ② 예금과는 다른 중장기 투자상품을 구입의사가 있는지, ③ 자산가격이 운용성과에 따라 변동하는 것을 알고 있는지, ④ 금융시장 가격변동에 따른 손실 위험을 감내하고 있는지, ⑤ 최저보증을 요구하는지 등의 정보가 포함됨	- 어떤 부분에 대한 보상을 원하는가? - 자동차보험, 화재보험 등 보험 종류 - 고객이 요구하는 주요 보상 내용은? - 자동차보험: 연령특약, 운전자 한정특약 등 - 화재보험: 보험목적, 지진 보장 유무 등 - 해외여행상해보험: 보상내용, 목적지, 기간 등 - 보장기간, 보험료, 보험금 희망 범위, 우선 고려사항
대상 상품	- 생명보험(第一分野) 중 변액보험, 변액연금보험, 외화보험 등 투자형상품도 포함 - 그러나, 해외여행 상해보험과 보험기간이 1년 이하의 상해보험상품*은 제외함 * 계약 체결 시 보험계약자 또는 피보험자가 고지해야 할 중요한 사실 또는 사항에 피보험자의 현재 또는 과거의 건강상태 기타 심신 상태에 관한 사항이 포함되지 않은 경우	- 해외여행 상해보험과 보험기간이 1년 이하인 상해보험상품은 포함됨 * 계약 체결 시 보험계약자 또는 피보험자가 고지해야 할 중요한 사실 또는 사항에 피보험자의 현재 또는 과거의 건강상태 기타 심신 상태에 관한 사항이 포함되지 않은 경우

자료: 金融庁, 保険会社向けの総合的な監督指針 II-4-2-2 (3) ② 意向把握・確認の対象

○ 고객의향 파악을 위한 구체적 방법은 상품 및 모집 형태에 따라 차이를 보일 수 있는데, 구체적인 운영방식은 금융청의 『보험회사를 위한 종합적 감독지침』에서 규정함³²⁾

- (고객의향 파악 유형) 『보험회사를 위한 종합적 감독지침』(II-4-2-2 (3))에서는 고객의 의향을 파악하는 방법을 크게 ① 의향파악형, ② 의향추정형, ③ 손해보험형

32) 金融庁, 保険会社向けの総合的な監督指針

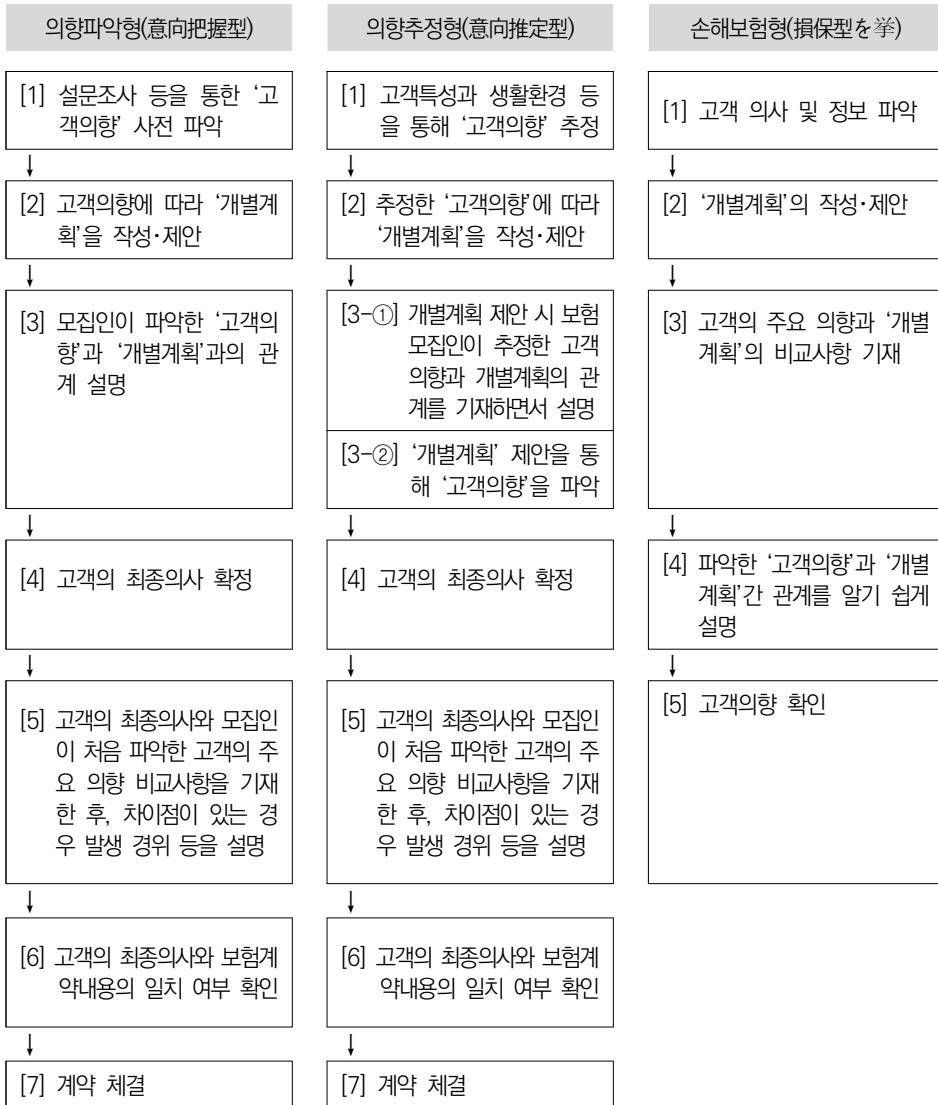
등으로 구분함

- 의향파악형(意向把握型)은 모집인이 고객에게 보험상품이나 개별계획을 제안하기에 앞서 설문조사 등을 통해 ‘고객의향’을 파악하고, 이를 기초로 ‘개별계획’을 제안하고 개별계획과 고객의향과의 관계를 설명하는 방식임
 - 의향추정형(意向推定型)은 모집인이 보험금이나 보험료 등이 포함된 ‘개별계획’을 고객에게 제안할 때마다, 모집인이 ‘고객의향’을 어떻게 파악·추정하고 나서 해당 ‘계획’을 설계하였는지 설명하고, ‘개별계획’과 ‘추정한 고객의향’과의 관계를 설명하는 방식임
 - 손해보험형(損保型を挙)은 모집인이 고객의 의향을 파악한 후 개별계획을 작성·제안하고, 모집인이 파악한 고객의향과 개별계획과의 관계를 설명하는 방식임
- (유형별 차이점) 의향파악형과 의향추정형은 생명보험과 제3보험 상품을 대상으로 하며, 손해보험형은 손해보험상품을 대상으로 함³³⁾
- 일반적으로 보험사와 같은 내방형 승합대리점의 경우는 의향파악형, 생명보험의 방문형 영업직원은 의향추정형, 손해보험대리점이 손해보험상품을 판매하는 경우는 손해보험형으로 상정함³⁴⁾
 - 의향파악형과 의향추정형은 고객의향을 재확인하는 과정 즉, ‘고객의 최종 선택’과 고객에게 상품을 권유하기 전 파악했던 ‘고객의 최초 의향’을 비교하고 둘 사이에 차이가 있는 경우에는 해당 사항을 확인하는 과정이 필요한 반면, 손해보험형은 ‘고객의향’ 재확인 단계를 요하지 않음

33) 이지연(2016)

34) 錦野 裕宗(2016)

〈그림 Ⅲ-3〉 유형별 의향 파악의무 이행 방식



자료: 錦野 裕宗(2016)

다. 비교추천규제(比較推奨規制)

- 금융청은 두 개 이상의 보험회사에 소속된 보험모집인에 대해 보험상품 판매 시 고객에게 비교 가능한 보험상품 개요(보장내용, 보험료 등)에 관한 충분한 정보를 제공하고 비교추천 근거를 설명할 의무를 부과함(보험업법시행규칙 제227조의2 제3항 4호)
 - 금융청은 보험모집 과정에서 보험모집인에게 '정보제공의무'를 부과하고 있음(보험업법 제294조, 보험업법시행규칙 제227조의2 제3항)
 - 한편, 보험모집인이 여러 보험회사의 상품을 취급하는 승합대리점인 경우 '정보제공의무' 외에 추가적으로 '비교추천의무'를 이행하도록 함
 - 즉, '비교추천의무'는 고객에게 여러 보험회사의 비교 가능한 보험상품 중 특정 보험상품을 선별하여 제안하는 승합대리점에 적용되는 정보제공의무에 관한 규정으로 볼 수 있음

[보험업법시행규칙 제227조의 2 제3항 4호]³⁵⁾ 두 개 이상의 소속 보험회사를 가지는 보험모집인은 보험계약자 및 피보험자에 대해 다음 사항을 설명할 의무를 가짐

- 해당 보험계약과 다른 보험계약내용과의 비교 사항을 제공하고자 하는 경우 고객에게 비교 가능한 상품 개요 또는 내용 등에 관한 사항을 제공해야 함
- 두 개 이상의 비교 가능한 동종의 보험계약 중 고객의향에 따라 보험계약을 선별하여 계약을 체결시키거나 제안을 하고자 하는 경우, 모집인은 본인이 취급하고 있는 여러 보험회사의 상품 중 고객의향에 따라 비교 가능한 보험상품 개요 및 해당 상품을 제안한 이유를 설명해야 함
- 두 개 이상의 비교 가능한 동종의 보험계약 중 고객의향에 따라 선별하지 않고 보험계약을 제안하고자 하는 경우, 모집인은 해당 계약을 제안한 이유를 설명해야 함

-
- 비교추천의무 규제가 도입된 것은 보험상품 판매형태가 다양화되면서 모집인이 보험상품 판매과정에서 판매자가 중립적인 입장에서 소비자에게 가장 적합한 상품을 제공할 수 있는 방안

35) 保険業法施行規則 第二百二十七条の二 第3項 4号(<https://elaws.e-gov.go.jp/document?lawid=408M500000400005>)

마련이 필요했기 때문임

- (승합대리점의 급속한 증가) 종전에는 특정보험회사에 소속되어 보험상품을 판매하는 방식이 주된 모집형태였으나, '00년 이후 여러 보험회사로부터 위탁을 받아 다양한 보험상품을 비교하면서 판매하는 승합대리점이 급속히 증가하고 대형화됨
- (수수료 편향문제 해소) 감독당국은 보험상품 비교추천 의무 시행을 통해 중립적 입장에서 고객에게 적합한 상품을 추천하기보다는 보험회사가 지급하는 수수료 수준에 따라 상품을 추천하는 모집행태를 근절하고자 하였음

○ 모집인이 '고객의향'에 따라 보험계약을 선별·추천하였는지 여부에 따라 비교추천 규제 적용 방식이 달라짐

- (유형 1) '고객의향'에 따라 보험계약을 선별·추천하는 경우에는 ① 취급하고 있는 보험상품 중 고객의향에 따라 비교 가능한 동종의 보험계약 개요, ② 해당 상품을 제안·추천하는 사유 등을 설명할 수 있어야 함(보험업법시행규칙 제227조의2 제3항 4호 나목)³⁶⁾
 - 일반적으로 보험계약 개요는 상품 팸플릿에 제시된 상품 개요를 상정하고 있으며, 보험모집인이 파악한 고객의향에 기초해서 객관적으로 상품을 선별한 경우 선별 후 상품 개요를 명시하는 것도 가능하다고 보고 있음³⁷⁾
 - 보험상품추천 이유를 설명하는 것은 보험모집인이 고객에게 보험상품 선택에 대해 조언하는 것을 의미하며, 과거의 중요사항 설명의무와는 차이가 있음
- (유형 2) '고객의향'에 따라 보험계약을 선별·추천하지 않는 경우³⁸⁾에는 특정 보험회사와의 관계 및 사무절차·경영방침상 이유 등과 같이 해당 상품을 추천하는 이유를 설명할 필요가 있음(보험업법시행규칙 제227조의2 제3항 4호 하목)³⁹⁾
 - 감독지침 'II-4-2-9 (5) ③(※)'에서도 보험대리점이 보험회사 간 공평·중립을 내세우는 경우, 상품선별 및 추천 기준이나 이유 등에 특정 보험회사와의 자본관계와 수수료 수준, 경영방침 등의 사정을 고려하는 일이 없도록 유의하도록 하고 있음

36) 保険業法施行規則227条の2第3項4号ロ

37) 保険会社向けの総合的な監督指針 II-4-2-9 (5) ①

38) 고객의향 외에 모집인 사유 등 여러 사정에 따라 보험상품을 선별하는 경우를 의미함

39) 保険業法施行規則227条の2第3項4号ハ

〈표 III-3〉 유형별 비교추천 규제 적용 방식

구분	고객의향에 따라 보험계약 선별 제공 시	고객의향 파악 미실시
적용 규제	• 보험업법시행규칙 제227조의2 제3항 4호 나(口)목 • 보험업감독지침 II-4-2-9 (5) ②	• 보험업법시행규칙 제227조의2 제3항 4호 하(ハ)목 • 보험업감독지침 II-4-2-9 (5) ③
설명 사항	• 취급 보험상품 중 고객의 의향에 따른 비교 가능한 동종의 보험계약의 개요 • 해당 제안의 이유(추천 이유)	• 해당 제안의 이유 : 특정 보험회사와의 자본 관계, 수수료 수준, 기타 사무절차, 경영정책상 이유 등

- 한편, 손해보험협회 모집준수가이드라인에서는 고객에게 보험계약을 추천하는 과정에서 ‘경영방침’에 따른 계약 추천 사유를 설명하는 구체적인 방법으로 다음과 같은 예시를 들고 있음⁴⁰⁾

- 본 대리점은 ○○손해보험·○○생명보험 상품을 주로 취급하는 경영방침을 갖고 있다
- 본 대리점은 ○○손해보험·○○생명보험 그룹사이기 때문에 ○○손해보험·○○생명보험 상품을 제안하는 경영방침을 갖고 있다
- 본 대리점은 소속 보험회사 중 가장 업무에 익숙한 ○○손해보험 상품을 제안하는 경영방침을 갖고 있다
- 본 대리점은 지난해 가장 많이 팔린 ○○회사의 상품을 안내하는 경영방침을 갖고 있다

라. 체제정비의무(体制整備義務)

○ 금융청은 보험업의 건전하고 적절한 운영확보를 위해 보험모집인을 대상으로 한 체제정비 의무를 부과함(보험업법 제294조의3)

- 보험모집인과 보험중개인에 공통적으로 적용되는 체제정비 사항은 ① 보험모집 업무에 관련한 중요 사항에 대한 설명, ② 보험모집과 관련하여 취득한 고객정보에 대한 적절한 취급, ③ 제3자에게 보험모집업무를 위탁할 경우 해당 업무 수행의 정확성 확보 등임

40) 日本損害保険協会(2019)

- 보험모집인에게만 적용되는 체제정비 사항은 ① 승합대리점에 있어서 상품비교 시 비교정보 제공, ② 프랜차이즈방식 보험모집 시 보험모집인(Franchisor)이 지도 대상으로 하는 다른 보험모집인(Franchisee)에 대하여 모집업무에 관한 적절한 교육·관리·지도 등임(보험회사종합감독지침 II-4-2-9 (6), (7))

[보험업법 제294조의3 제1항] 업무운영 원칙⁴¹⁾

- 보험모집인은 보험모집업무에 관하여 보험업법 또는 타 법률에서 정함이 있는 경우를 제외하고 내각부령에서 정하는 바에 따르며, 모집업무에 관한 중요 사항을 고객에게 설명하며, 보험모집 업무에 관하여 취득한 고객정보를 적절하게 취급하며, 보험모집 업무를 제3자에게 위탁하는 경우에 해당 업무를 정확하게 수행하며, 두 개 이상의 보험회사에 소속된 경우 인수하는 보험계약과 다른 회사의 보험계약내용을 비교·설명하며, 보험모집인 지도사업을 실시할 경우 적절한 지도실시방침을 책정하며, 건전하고 적절한 운영을 확보하기 위한 조치를 강구하여야 함

[보험회사종합감독지침 II-4-2-9] 보험모집인 체제정비의무⁴²⁾

- 보험모집인은 보험모집에 관한 업무에 대하여 업무의 건전하고 적절한 운영을 확보하기 위한 조치를 강구하여야 하며, 감사 등을 통해 적절한 조치를 강구함과 동시에 개선을 위한 체제를 정비해야 함
-

○ 금융청의 체제정비의무 도입은 보험모집의 형태가 다양화되면서 보험회사와 보험모집인 간 역학관계가 과거와 달라지면서 보험모집인에 대해 모집과정의 적합성을 확보하기 위한 조치였음

- 보험업법 개정 전에는 보험모집인에 대한 직접규제가 아닌, 보험모집인이 속한 보험회사가 이들을 적절하게 규율하기 위해 체제를 정비하도록 한 간접방식을 취함
 - 즉, 보험업법 개정 이전에는 보험회사에 체제정비의무를 부과함으로써(보험업법 제100조의2), 보험모집인이나 보험중개인은 해당 규정의 적용을 받지 않았음

41) 保険業法, 第二百九十四條の三(業務運営に関する措置)(https://elaws.e-gov.go.jp/document?law_unique_id=407AC0000000105_20200501_501AC00000000028)

42) 保険会社向けの総合的な監督指針 II-4-2-9・保険募集人の体制整備義務(法第294条の3関係)(<https://www.fsa.go.jp/common/law/guide/ins/02d.html>)

- 그러나 대형 승합대리점이 늘어나면서 보험회사의 승합대리점에 대한 간접적인 통제만으로는 실질적인 효과를 거두는 데 한계가 나타났고, 이에 따라 새로운 방식의 규제가 필요해짐
- 체제정비의무 도입으로 특정보험모집인, 즉 대형보험대리점은 업무내역에 관한 서류를 작성·보존해야 하며, 매 사업년도 경과 후 3개월 내에 사업보고서를 작성하여 금융청에 제출해야 함
 - 제반 업무에 대한 검사는 금융청 재무국이 권한을 위임받아 수행하며, 사업보고서는 대리점 등록단위별이 아닌 법인단위별로 보고함(보험업법 제303조, 제304조)
 - 특정보험모집인은 보험계약 체결일로부터 5년간, 해당 보험계약과 관련한 서류를 보존하여야 함(보험업법시행규칙 제237조)
 - 보험모집인이 있는 사무소별 상시 열람가능한 체제를 마련해야 함
 - 특정보험모집인이 비치하여야 할 서류 기재내용으로는 ① 보험계약 체결 시점, ② 보험계약을 인수한 보험회사의 상호 또는 명칭, ③ 보험료, ④ 보험모집인이 받은 수수료 및 보수 등 기타 대가의 총액 등임(보험업법시행규칙 제237조의2)
- 또한, 금융청은 보험대리점 소속 보험모집인들의 무질서한 상품판매 문제를 개선하기 위해 감독지침 개정을 통해 ‘보험대리점의 제3자에 대한 재위탁 판매’를 금지함⁴³⁾

2. 판매자책임 문제

- 보험상품 판매행위에 대한 감독지침이 강화되었으나, 금융청은 보험업법상 보험회사에 일차적으로 귀속되고 있는 배상책임의무는 그대로 존치시킴(보험업법 제283조)
 - ‘소속 보험회사 등’은 보험모집인이 보험모집 시 보험계약자에게 손해를 입힐 경우 손해배상책임을 부담함(보험업법 제283조 제1항)⁴⁴⁾

43) 한편, ‘대리점의 모집사용인에 대한 사용인 요건 강화’는 2010년대 중반 대리점 업계에 가장 큰 영향을 미침. ‘13년 9월에 개정된 감독지침에서 보험대리점의 모집사용인이 갖추어야 할 ‘사용인 5대 요건’을 규정하고 있는데, 보험대리점으로부터 ① 적절한 교육, ② 관리, ③ 지도를 받아 모집을 해야 하며, ④ 보험대리점의 사무소에 근무, ⑤ 보험대리점의 지휘감독·명령하에서 모집을 행해야 한다고 규정함(石橋弘文(2015. 10))

44) 보험회사의 보험모집에 대한 손해배상책임 관련 상세 내용은 한창희(2019)를 참조함

- ‘소속 보험회사 등’은 생명보험모집인, 손해보험모집인, 소액단기보험모집인이 보험모집 활동을 하는 보험계약의 보험자가 될 보험회사 또는 소액단기보험업자를 의미함(보험업법 제2조 24호)

○ 다만, 보험모집인이 보험계약 체결과정에서 보험계약자에게 가한 손해에 대해 ‘소속 보험회사 등’이 손해배상책임을 부담한 경우, ‘소속 보험회사 등’이 보험모집인에게 구상권을 행사할 수 있다고 명시함(보험업법 제283조 제3항)

- 보험모집인이 상당한 주의를 기울였는지 여부를 판단함에 있어 일상적으로 교육과 지도가 이루어지고 있었는지 여부가 하나의 판단요소로 작용함
- 일반적으로 보험회사는 대리점 위탁계약상에서 배상책임 조항 명시에 따라 구상권을 행사할 수 있음
 - 보험대리점 위탁계약서상 보험회사가 보험대리점에 청구하는 배상책임의 원인은 보험료 횡령과 같은 부정행위가 일반적임
- 금융심의회(2014. 6. 7)는 보험회사의 보험모집에 관한 행위규제와 체제정비의무화를 시행한 후 그 결과에 따라 구상권 의무화가 필요하다는 의견을 제시함

[보험업법 제283조] ‘소속 보험회사 등’ 보험모집 재위탁자의 배상책임⁴⁵⁾

- (보험업법 제283조의1) ‘소속 보험회사 등(所屬保險會社等)’은 보험모집인이 보험모집에 대해 보험계약자에게 가한 손해를 배상할 책임을 보유함
 - (보험업법 제283조의2) 전 항의 규정은 다음 경우에는 적용하지 아니함
 - (一) ‘소속 보험회사 등’의 직원(役員) 또는 사용인(使用人)인 보험모집인의 보험모집 활동에 대해, ‘소속 보험회사 등’이 해당 직원이나 사용인 선임에 상당한 주의를 하였으며 이들의 보험모집 활동 과정에서 보험계약자에게 가한 손해발생 방지에 노력한 경우
 - (二) ‘소속 보험회사 등’이 해당 모집인의 고용에 대해 상당한 주의를 하였으며 이들의 보험모집과 관련하여 보험계약자에게 가한 손해발생의 방지에 노력한 경우
 - (三) ‘소속 보험회사 등’의 위탁(委託)에 따른 특정보험모집인(特定保險募集), 직원 또는 사용인인 보험모집인이 수행할 보험모집과 관련하여, ‘소속 보험
-

회사 등'이 해당 특정보험모집인 위탁에 상당한 주의를 하였으며 이들의 보험모집 과정에서 보험계약자에게 가한 손해발생 방지에 노력한 경우

(四) 보험모집 재위탁자(保險募集再委託者)의 재위탁에 있어 특정 보험모집인, 그 직원 또는 사용인인 보험모집인(이하 '보험모집 재수탁자 등(保險募集再受託者等)')이 수행할 보험모집과 관련하여, '소속 보험회사 등'이 해당 '보험모집 재수탁자 등'의 재위탁 수락에 상당한 주의를 하였으며 해당 '보험모집 재수탁자 등'이 실시하는 보험모집 과정에서 보험계약자에게 가한 손해발생 방지에 노력한 경우

- (보험업법 제283조의3) 보험모집 재위탁자(保險募集再委託者)는 보험모집 재수탁자 등(保險募集再受託者等)의 보험모집 활동과 관련하여 보험계약자에게 가한 손해를 배상할 책임을 짐. 다만, 보험모집 재위탁자가 재위탁하는 내용에 상당한 주의를 하였으며, 당해 보험모집 재수탁자 등의 보험모집 활동과 관련하여 보험계약자에게 가한 손해발생방지에 노력한 때는 그러하지 아니함
- (보험업법 제283조의5) '민법 제724조(불법행위로 인한 손해배상 청구권의 소멸시효)' 및 '민법 제724조의2(사람의 생명 또는 신체를 해치는 불법행위로 인한 손해배상 청구권의 소멸시효)'의 규정은 제1항 및 제3항의 청구권에 준용함

-
- 보험업법상 보험대리점에 대한 배상책임보험 가입을 의무화하는 명시적인 규정은 없으나, 보험회사가 보험대리점과의 위탁계약 체결과정에서 보증인이나 배상책임보험 가입을 요구하는 것이 일반적임
 - 현재 일본 손해보험대리점협회는 협회 소속 특정보험모집인⁴⁶⁾이나 해당 기관의 임직원이 모집행위 과정에서의 보험계약자로부터 손해배상책임을 질 경우 배상자력 확보를 위해 단체보험에 가입하고 있음⁴⁷⁾
 - (상품구조) 대리점협회에서 가입한 단체보험 상품은 '전문업무사용자배상책임보험

45) 保険業法, 第二百八十三條(所屬保險会社等及び保險募集再委託者の賠償責任)(https://elaws.e-gov.go.jp/document?law_unique_id=407AC0000000105_20200501_501AC0000000028)

46) 특정보험모집인은 생명보험모집인(生命保險募集人), 손해보험대리점(損害保險代理店), 소액단기보험모집인(少額短期保險募集人)을 의미하며, 특정소액단기보험모집인(特定少額短期保險募集人)은 제외함

47) 日本損害保險代理業協會(<https://www.nihondaikyo.or.jp/>), 代理店賠償『日本代協新プラン』

(専門業務事業者賠償責任保険)’으로, 보험계약자는 손해보험대리점협회이며 피보험자는 대리점협회 정회원 기관 및 해당 임직원임

- (담보위험) 해당 상품은 ① 보험모집인 특약, ② 수탁재물 배상책임 특약, ③ 시설 배상책임보상 특약, ④ 소송비용 특약, ⑤ 개인정보유출보상비 특약으로 구성됨
- (보상사유) 소송에 의해 손해배상청구가 이루어진 경우, 소송 없이 피보험자의 배상책임이 명백한 경우, 소속 보험회사가 구상한 경우에 보험금을 지급함
- (보험료) 보험료는 보험모집인의 총 인원 수에 따라 결정됨
 - (기본보상형) 모집인 1명: 11,000엔, 2명: 13,000엔, ..., 10명: 25,000엔
 - (고액보상형) 모집인 1명: 15,000엔, 100명: 200,000엔, ..., 300명: 559,000엔

〈표 III-4〉 전문업무사용자배상책임보험상품의 담보위험과 보상액(기본형)

담보위험	보장내용	지급한도	
		사고당	보험기간
보험모집인 특약 (代理店 賠償責任補償)	‘특정보험모집인’ 또는 해당 임직원이 보험모집과정에서 발생한 법률상 배상책임	1억 엔	3억 엔
수탁재물 배상책임 (受託財物 賠償責任補償)	모집과정에서 보험료 등 고객수탁물의 손상, 훼손, 분실, 도난에 따라 발생한 법률상 배상책임		
시설 배상책임보상 (施設 賠償責任補償)	보험대리점 사무실 등 시설의 소유, 사용, 관리과정에서 발생한 법률상 배상책임		
소송비용 (争訟費用 補償)	소송비용을 부담함으로써 생긴 손해	2,000만 엔	6,000만 엔
개인정보유출 보상금 (個人情報漏えい見舞金費用補償)	개인정보 유출사고 발생 시 사고 피해자에 대한 보상금 지급에 따른 손해	500만 엔 (피해자 1인당 500엔)	

주: 손해배상금액 공제액은 5만 엔이며, 보험기간 중 총 보험금 한도액은 150억 엔임
자료: CHUBB(2020)

IV

자율규제: 보험대리점 수수료 체계

- 일본의 주요 보험회사들은 ‘실적위주 영업’에서 ‘고객 중심 영업’으로의 전환을 목표로 대리점수수료 산정 시 계약유지율, 고객불만 건수, 사후관리서비스 등 질적 평가지표를 '18년부터 반영하기 시작함⁴⁸⁾
- '18년 이전의 보험대리점 수수료 체계는 신계약이나 보유계약 등 판매량 중심의 양적 평가를 기초로 하고 있었음
 - 일부 보험회사는 자사 상품 판매를 유도하기 위해 특정 상품 판매량(건수)에 연동하여 추가수수료를 지급하기도 하였음
- 이 같은 보험대리점에 대한 보험회사의 수수료 평가체계 개편은 기본적으로 판매자의 ‘신의성실의무(Fiduciary duty)’ 이행을 목적으로 함
 - 금융심의회(13년 6월)는 다양한 보험상품을 취급하는 대리점에서 고객의 니즈보다 판매수당이 많은 보험회사의 상품을 권유하는 이른바 ‘수수료 편향’ 문제가 나타날 수 있다는 점을 주목하며, 대리점의 비교판매 방식 개선 방향성을 제시하고, 준수 여부에 대한 금융청의 감독 및 검증 필요성을 제기하였음⁴⁹⁾
 - 금융심의회가 이 같은 지적은 '14년 보험업법 개정에 반영되어, 고객의향파악 의무, 비교추천 규정 등이 신설됨⁵⁰⁾
 - '14년 금융청의 금융모니터링보고서에서도 보험회사가 보험대리점에 지급하는 모집수수료 산정 과정에서 판매량만을 과도하게 반영할 경우 고객의향에 부합하지 않는 상품판매로 이어질 수 있다는 점을 지적한 바 있음⁵¹⁾

48) 日本経済新聞(2020. 1. 6) “保険ショップ 販売適正に・生保、手数料基準を統一”

49) 金融審議会(2013. 6)

50) 2014년 보험업법 개정 과정에서 수수료 공개 등이 논의되었으나, 고객이 이해할 수 있는 형태로 고지하는 것이 불가능하다는 점을 반영하여 고지보다는 상품 비교판매에 대한 체제 정비로 개정되었음. 일본의 판매보수 고지에 관한 규제 동향은 양승현(2019)의 내용을 참조함

51) 金融庁(2015. 7)

1. 개편 과정

- 모집품질 향상을 위한 새로운 대리점 평가기준이나 수수료 체계 구축에 대한 금융당국과 보험업권 간의 논의는 '10년 이후 진행되어 왔으며, 주요 논의사항들은 다음과 같음⁵²⁾
- '12년에 설치된 금융심의회 산하 '보험상품·서비스 제공 원칙에 관한 워킹그룹'에서는 보험대리점에서의 보험상품 비교·판매와 관련하여 '판매수수료 공개'에 관한 과제 검토가 이루어짐⁵³⁾
 - 여러 보험회사의 상품을 취급하는 승합대리점이 보험상품 판매과정에서 고객에게 수수료가 높은 보험상품을 우선적으로 제시·권유하는 문제가 지적됨
 - 한편 금융심의회는 승합대리점에 대한 추가적인 체제정비 의무 도입으로 적절한 보험상품 비교·판매 절차가 확보될 것으로 기대되므로 현 시점에서 '수수료 공개'를 요구할 필요는 없다고 밝힘
 - 다만, 비교·판매 방식에 따라 소비자 피해가 발생할 수도 있기 때문에, 판매수수료의 많고 적음에 따른 상품비교·권유절차 왜곡 현상 발생 여부에 대해 감독당국이 검사·감독을 통해 검증하는 것이 중요하다는 의견을 밝힘⁵⁴⁾⁵⁵⁾
- 금융청은 '15년 금융행정방침(金融行政方針) 발표를 통해 시장의 공정성과 투명성을 확보하기 위한 금융기관의 '신의성실의무 실천' 정책 추진계획을 밝힘⁵⁶⁾
 - 금융청은 금융기관이 고객의 신뢰에 부응하기 위해 폭 넓고 다양한 역할과 책임을 수행할 필요성을 제기함⁵⁷⁾
 - 특히, 투자, 신탁, 저축성보험 등의 개발과 판매 업무에 종사하는 금융회사들의 '고객 이익을 위한 자발적 노력'을 촉구함

52) 堀 友一(2019)

53) 金融審議會(2012)

54) 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(2013. 6. 7), “新しい保険商品・サービス及び募集ルールのあり方について”(https://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/base.html)

55) '16년 5월 시행된 개정 보험업법에서는 법적의무로서의 '수수료 공개'는 연기되었으나, '고객의향 파악의무'와 '비교추천 판매' 등 보험모집에 관한 기본 원칙이 도입되었으며 세 가지 유형의 비교판매 규정이 도입되면서 '수수료의 적고 많음(多寡)'에 따른 '편향된 비교·권유 판매' 현상은 기본적으로 없어짐

56) 金融庁(2015. 9. 18)

57) 法と経済のジャーナルトップ(2015), “金融庁行政方針、「金融行政モニター」検討、「金融レポート」公表へ”(https://judiciary.asahi.com/outlook/2015102000001.html)

- 금융청은 고객신뢰에 부응하기 위한 금융회사들의 대응방안으로 ① 고객 중심(顧客本位) 판매상품 선정, ② 고객 중심 경영전략 수립과 이에 상응한 실적평가, ③ 판매상품의 리스크 특성 및 수수료 투명성 개선, ④ 고객과의 이해상충(利益相反) 및 정보비대칭성 해소 등을 제시하였음

○ '16년 4월 금융심의회 산하 '시장워킹그룹'에서는, 금융상품 판매·자문·상품개발·자산관리 등의 역할을 수행하는 모든 금융기관들에게 '고객 중심 업무운영(顧客本位の業務運営, Fiduciary duty)' 원칙을 정착시키기 위한 방안을 검토하기 시작함⁵⁸⁾

- 논의 과정에서 금융회사들의 금융상품 판매실태에 대한 문제의식이 제기되었고 판매수수료, 상품설명, 이익상충문제 관리 등에 대한 평가가 이루어짐
 - 유사한 상품에 대한 금융회사의 비교정보 제공 또는 저축성보험의 수수료 공개 사례가 제한적이라는 의견과 함께, 금융기관이 자발적으로 비교 가능한 정보를 제공할 필요가 있다는 의견도 제시됨
- 이 같은 흐름 속에서 '16년 7월 대형은행 5곳이 금융청의 요구를 수용하며 '자발적 수수료 공개 방침'을 제시하였고, 이것이 발단이 되어 금융회사들의 '자발적 수수료 공개' 움직임이 확산됨
- 한편, 생명보험협회에서도 금융행정방침이나 시장워킹그룹 논의를 바탕으로, '16년 9월에 '시장리스크를 가진 생명보험 판매수수료 공개 시 유의사항'을 발표하고 업계의 자발적인 대응을 촉구함⁵⁹⁾
 - 다만, 해당 자료는 각 사의 영업실무에 참고할 목적으로 작성되었기 때문에 구속력은 없고 자발적 참여를 요청하는 형식이었음

○ '16년 12월, 금융심의회 산하 '시장워킹그룹'은 '고객 중심 업무운영(顧客本位の業務運営)에 관한 7대 원칙'을 제시함⁶⁰⁾

- 금융심의회는 금융기관들이 '고객 중심 업무운영'을 하기 위해서는 다음 7가지 원칙들이 반영될 필요가 있다고 제언함

58) 市場ワーキング・グループ(2020. 8. 5)

59) 生命保険協会(2016)

60) 市場ワーキング・グループ(2016. 12. 22), "金融審議会 市場ワーキング・グループ 報告 - 国民の安定的な資産形成に向けた取組みと市場・取引所を巡る制度整備について"

- ① 고객 중심 업무운영 정책 수립 및 공표, ② 고객의 최선이익 추구, ③ 이해상충문제 관리, ④ 판매수수료 명확화, ⑤ 중요한 정보의 알기 쉬운 제공, ⑥ 고객에게 적합한 서비스 제공, ⑦ 고객 중심 업무운영 원칙을 반영한 직원 성과평가
- 이 중 네 번째 원칙은 ‘명확한 수수료 정보 제공’으로, 금융기관은 고객이 부담하는 수수료 및 기타비용 등이 어떤 서비스에 대한 대가인지를 고객이 이해할 수 있도록 정보를 제공해야 한다고 밝히고 있음
- 이에 금융청은 ‘17년 3월에 ‘고객 중심 업무운영에 관한 원칙’을 공표하고, 금융회사들의 자발적 채택을 촉구함⁶¹⁾
- 본 원칙에 따라 금융기관들은 수수료 세부사항, 즉 해당 수수료가 어떤 서비스의 대가인지 고객이 이해할 수 있도록 정보를 제공하고, 그 적용 대상을 ‘투자형 상품’⁶²⁾ 등으로 폭 넓게 적용해 가고 있음
- 금융청은 ‘2016년 금융보고서’에서, 승합대리점에 대한 모집수수료 산정 시 모집의 ‘양’과 ‘질’을 함께 반영하여 고객들이 수용가능한 합리적인 수수료 체계를 마련하는 것이 중요하다고 지적함⁶³⁾
- 금융청은 승합대리점에 대한 인센티브 보수 등 모집수수료가 ‘판매량’에 따라 정해지는 경우가 빈번하고, 모집수수료의 고액화 현상도 심화되고 있다고 판단함
- 이에 따라 대리점의 모집수수료 결정 시 ‘판매량’뿐만 아니라 고객응대, 사후관리 등 서비스의 ‘질’을 함께 고려할 필요가 있음을 지적함
- 한편, “2017년 금융보고서” 공표 직전인 ‘17년 9월에 열린 금융청과 손해보험협회 간 의견교환회에서 금융청은 수수료 체계는 보험회사와 승합대리점 간 위탁에 따른 민간계약으로 그 방향성은 당사자 간 협의가 중요함을 지적하였음
- 이후 ‘17년 12월 생명보험협회는 보험회사가 승합대리점에 지급하는 판매수수료에 대해, 판매량이나 특정 상품에 대한 ‘추가 보수’ 지급 자제를 요청함
- 생명보험협회는 ‘17년 12월에 발표한 ‘보험모집인 체제정비에 관한 가이드라인’을 통해 승합대리점에 모집수수료와 별도로 책정하던 ‘추가 보수’ 지급을 자제하도록

61) 金融庁(2017. 3. 30)

62) 보험상품 중에서는 시장위험이 있는 생명보험상품인 변액보험, 외화보험 등이 해당함

63) 금융보고서(金融レポートについて)는 금융청이 2015년부터 매년 발표하는 보고서로, 전년도 금융행정정책의 진행상황이나 실적을 평가한 후 다음 해의 금융행정방침을 정리하고 있음; 金融庁(2017. 10. 25)

회원사를 독려하였으며,⁶⁴⁾ '18년 이후 일부 생명보험회사들을 중심으로 대리점수수료 체계를 개정하고 공개하고 있음

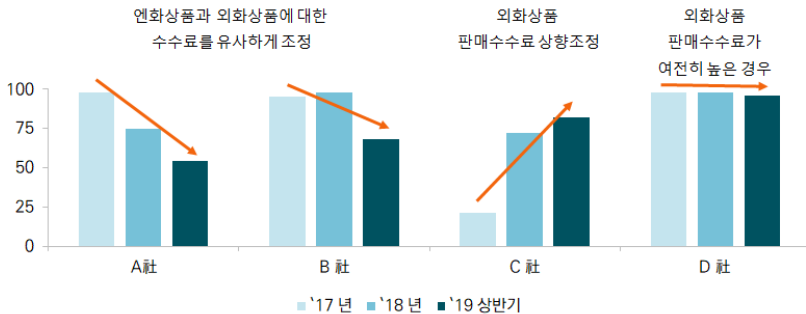
- 대리점수수료 평가 시 업무품질 기준을 도입하고, 고객에게 합리적인 설명이 불가능한 인센티브 보수에 대한 재검토 및 폐지가 진행되고 있음

- 한편, '18년 6월과 9월에 열린 금융청과 생명보험협회와의 의견교환회 결과 다수의 보험회사가 대리점수수료 평가에 업무품질을 적극적으로 도입하였으며, '인센티브 보수'의 경우 고객에게 합리적으로 설명하는 것이 불가능하여 많은 보험회사에서 재검토하거나 폐지하였음

○ 한편, 금융청은 고객 중심의 금융상품 및 서비스 경쟁을 촉구하기 위해 금융기관의 고객 중심 업무운영 원칙 이행 및 대응상태를 주기적으로 평가해오고 있는데, 그 과정에서 '20년 7월 발표된 모니터링 보고서에서 금융회사 수수료 체계 문제점이 부각됨⁶⁵⁾

- 금융청이 투자신탁 등 판매회사를 대상으로 모니터링을 실시한 결과, 상품별 수수료 변경에 따라 상품별 판매량이 크게 변화하는 현상이 나타나자, 고객보호를 위해 판매자 인센티브 정비가 필요하다고 지적함

〈그림 IV-1〉 판매수수료 변경 후 외화보험상품 판매량 변화

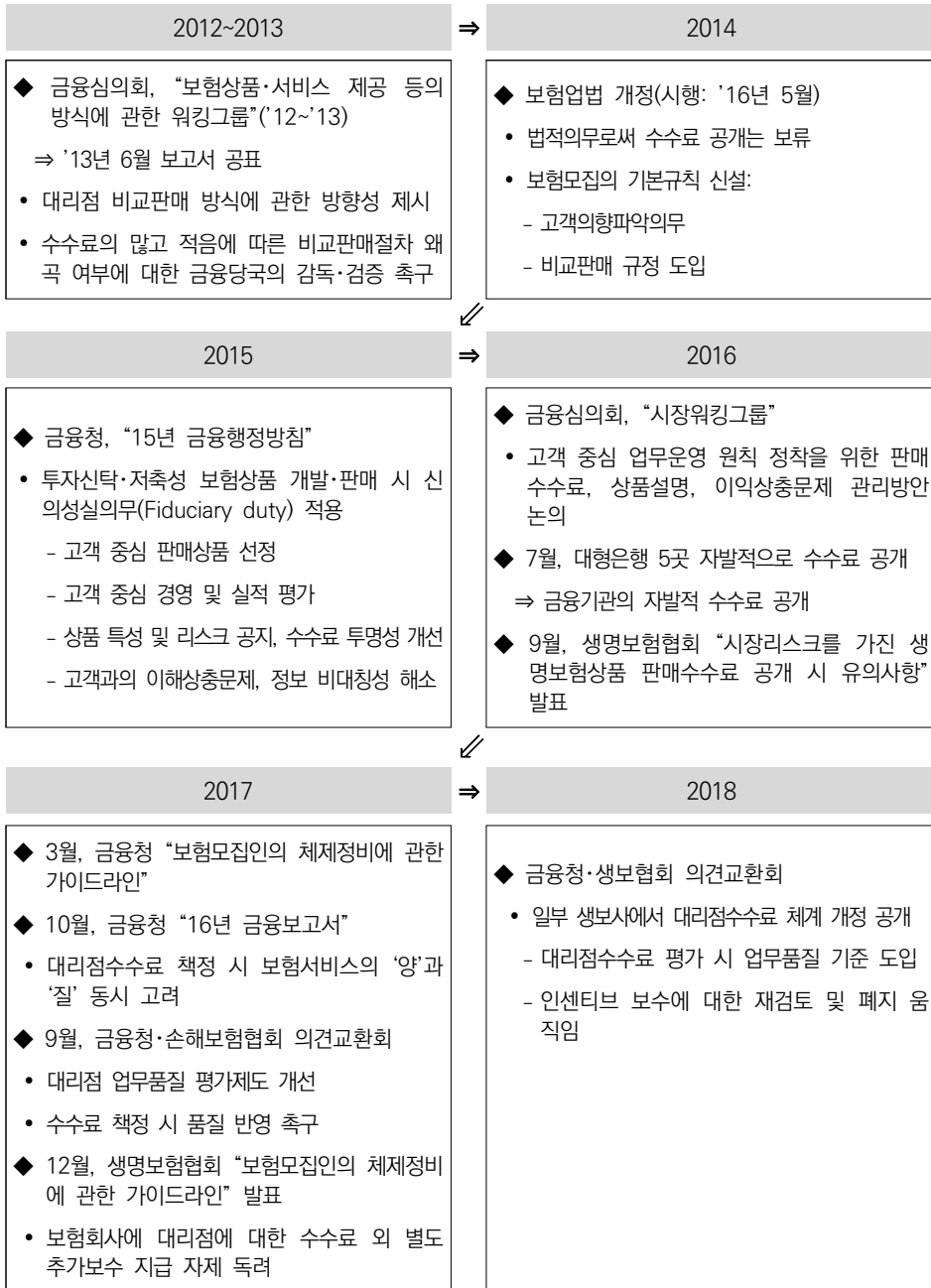


주: 외화상품 판매량을 지수화한 후, 판매자수수료 체계 변화에 따른 (연도별)외화상품 판매량 변화를 살펴봄
자료: 金融庁(2020)

64) 生命保険協会(2017. 12)

65) 金融庁(2020)

〈그림 IV-2〉 일본의 보험대리점 수수료 평가체계 논의 진행과정

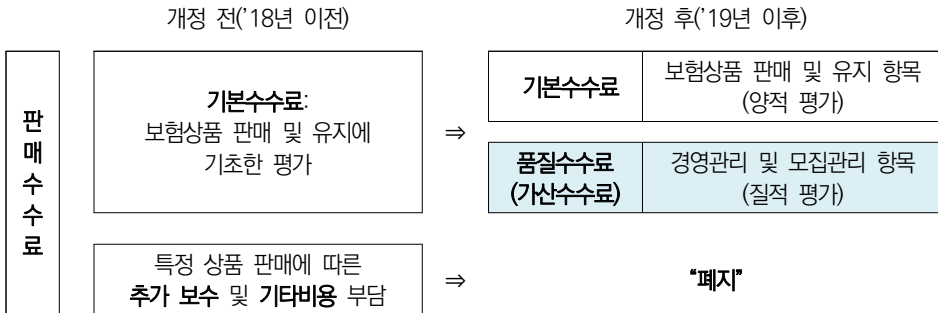


자료:堀友-(2019)의 내용을 기초로 작성함

2. 개편 내용

- 보험대리점 수수료 체계 개편의 기본 방향은 ‘고객 중심 업무운영’, ‘합리적 평가기준 마련’으로 볼 수 있음
 - 보험모집인에게 지급하는 수수료 및 인센티브는 고객에게 설명이 가능하도록 합리적으로 설정할 것
 - 고객 중심 영업이 가능하도록 보험대리점 평가 시 판매량과 같은 ‘양적 지표’ 외에 고객응대나 사후관리와 같은 ‘질적 지표(品質評價)’를 반영할 것
 - 모든 보험회사가 획일화된 대리점 업무평가방식을 적용하는 것이 아니라, 각 보험회사가 독자적으로 현행 대리점수수료 체계를 재검토하고 이에 대한 개선방안을 마련할 것
- 상기 원칙을 바탕으로 주요 보험회사들은 추가 보수를 폐지하고, 각 대리점의 모집품질을 평가한 후 그 결과에 기초하여 대리점별 판매수수료를 차등화 함
 - 각 보험회사들이 타사와의 판매경쟁을 고려하여 ① 일정 수준의 판매량을 초과하거나 ② 특정 상품(일명, 캠페인 상품)에 대한 판매실적에 따라 추가로 지급하였던 ‘인센티브 보수’를 폐지하였으며, 모집성적우수자들에 대한 표창 또는 광고비 등으로 보험대리점이 부담했던 기타비용도 폐지함
 - 한편, 대리점수수료 산정 시 판매량 등 ‘양적’ 평가 항목 외에 계약유지율, 판매자 전문성, 사후관리서비스, 고객대응시스템 등 ‘질적’ 평가 항목을 추가적으로 반영함
- 이 같은 대리점수수료 평가체계 개편으로, 결국 보험회사가 보험대리점에 지급하는 판매수수료는 ‘기본수수료’와 ‘품질수수료(가산수수료)’로 구분됨
 - 대리점수수료 평가체계 개편으로 대리점수수료는 ‘기본수수료’와 ‘품질수수료’로 구성되며 각각 연 환산보험료에 수수료율을 곱하여 산출하게 됨
 - 대리점수수료 평가체계 개정 전에는 보험계약의 판매량이나 계약유지 등 양적 평가에 기초한 기본수수료만이 부과되었음
 - 평가체계 개정 이후 보험회사가 대리점을 평가 시 고객만족도 개선에 적합한 보험모집 또는 사후관리서비스를 포함한 고객대응 실적을 평가하는 질적평가를 반영하여 가산수수료를 부과하기로 함
 - ‘품질수수료’는 모집품질 평가 항목을 기초로 수수료율을 결정함

〈그림 IV-3〉 일본의 보험대리점 판매수수료 평가체계 개편 전·후 비교



자료: “堀 友-(2019)”을 기초로 재작성함

○ 대리점수수료 체계를 공개하고 있는 보험회사들의 품질수수료 결정을 위한 ‘모집품질 평가지표’를 살펴보면 각 사마다 일정 부분 차이를 보임⁶⁶⁾

- (일본생명) 보험대리점의 25회차 유지율, 전문자격증 보유자 비율, 고객 중심 영업을 위한 전담조직 구축 여부 등을 반영하여 대리점 품질등급을 6단계(S+~D)로 구분하고 수수료를 차등화함
 - 25회차 유지율이 85% 이상인 경우 S 또는 S+ 등급을 부여하고, 80% 이상인 경우 타 지표와의 성과를 고려하여 A, B, C 등급을 부여함
 - 계약품질 향상을 위해 결산 전 특정 기간에 계약 체결이 집중되는 일이 없도록 모집기간의 평준화 및 정기적인 가동 지속에 따른 사무의 안정화 등 대리점의 안정적인 모집활동을 평가함
 - 품질등급에 따른 수수료 지급비율은 표준등급인 A를 1로 보았을 때 0(D등급)~1.125(S+등급)로 차등화함
- (메이지야스다생명) 모집인의 전문자격증 보유 여부, 고객의향파악의 적정성 검증 횟수, 고객불만족 건수 등을 기초로 품질수수료를 산정함
- (제일생명) 고객 중심 업무운영 방침, 모집품질 관리체제, 모집인 교육체계 확보, 취급상품 수, 가동률, 계약유지율 등을 반영함
- (공통점) 보험대리점 평가 시 각 보험회사의 공통점 중 하나는 ‘고객의향 파악’이나 ‘고객정보관리’ 등 '14년 개정 보험업법에서 규정된 ‘보험모집인의 체제정비의무’ 준수 여부를 반영하고 있다는 점임

66) 개별 보험회사의 대리점수수료 운영체계는 〈부록Ⅲ〉, 〈부록Ⅳ〉, 〈부록Ⅴ〉를 참조하길 바람

〈표 IV-1〉 일본 주요 보험회사의 보험대리점 수수료 평가지표

구분	니폰생명 (日本生命, Nippon Life)	메이지야스다생명 (明治安田生命, Meiji Yasuda)	다이이치생명 (第一生命, Dai-ichi)	스미토모생명 (住友生命, Sumitomo)
판매 수수료 산출방식	기본보험료×지급비율* * 지급비율=(대리점평가×안정활동)+ 품질등급	기본수수료×업무품질계수*	보험료×상품별 기본수수료를× 품질수수료* * 품질수수료=품질활동계수+계약유지계수	기본수수료(70%)+품질수수료(30%)* * 품질수수료=기본수수료×품질수수
기본 수수료	• 계약내용 및 상품 종류 • 종액 및 갹신	• 계약내용 및 상품 종류 • 대리점 평가요소: 판매량, 유지상황	-	• 계약내용 및 상품 종류
업무품질 평가 항목	• 대리점 평가 : 과거 모집액, 보험금, 기동월수월 1건 이상) • 안정적 모집활동 : 모집기간, 정기적 기동 여부(5년 평가) • 품질등급 ① 자기점검(내부 품질관리) ¹⁾ ② 25회차 유지율 ③ 고객 중심 업무운영 체계 ④ 전문자격증(FP) 보유 ⑤ 고객대응시스템 구축	• 경영관리 ① 고객 중심 업무운영 방침 평가 (Fiduciary duty) ② 내부감사 및 통제 ③ 자기점검 ¹⁾ • 모집관리 ① 전문자격(FP) 보유 ② 고객행파와의 적정성 검증 학습 ③ 고객불만족 건수	• 대리점 품질 평가 ① 고객 중심 업무운영 방침 평가 ② 모집품질 관리체제 보유 ③ 모집인 교육체계 확보 ④ 취급상품 수 ⑤ 네트워크 인프라 정비 : 비교추천 기관개원관리, 사후관리 ⑥ 안정적 모집활동: 기동률 ⑦ 계약유지 및 관리: 유지율 ⑧ 불만접수 건수 및 관리	• 품질활동 항목(品質取組項目) ① 고객 중심 업무운영 방침 평가 : 고객 중심 업무운영 원칙 공표 여부 ② 정보제공 : 의행파악, 비교추천 등 ③ 모집관리태세 정비 실태 : 내부감사, 규정준수 부서 운영 여부 ④ 고객서비스 : 계약유지관리를 위한 고객 지원 ⑤ 고객불만여건 반영 : 고객만족도 조사, 고객응대 매뉴얼
수수료 치등	* 품질등급계수: 0.0~1.125	* 업무품질계수: 0.5~1.3	* 품질활동계수: 0.9~2.4 * 계약유지계수: 0.0~0.3	* 품질수수: 모집기관 '품질활동항목'의 총족 여부와 유지율에 의 한 승률

주: 생명보험협회가 제공하는 '대리점 공통 자기점검표(일반대리점)' 기준임

자료: 일본생명 홈페이지; 명지안전생명 홈페이지; 제일생명 홈페이지; 주우생명 홈페이지

- 모집수수료 지급방식은 ‘L자형’, ‘I자형’ 등으로 구분이 되는데,⁶⁷⁾ 일본생명의 경우 특정 등급 이상을 취득한 대리점에 한해 수수료 지급방식을 선택할 기회를 부여하고 있음
 - ‘5년 L자 A형’, ‘5년 L자 B형’, ‘5년 평준형’, ‘10년 L자형’ 등 대리점수수료 형태 중 ‘5년 L자 A형’은 ‘안정적 가동(安定稼動)’ 항목에서 1등급 달성하거나 품질등급 A등급 이상인 승합대리점에 한해서만 선택이 가능함
- 보험대리점 수수료 체계 개편에 대한 보험회사와 보험대리점은 일부 입장 차이를 보임
 - 보험회사측에서는 대리점수수료 평가체계 개편을 통해 대리점 모집의 질이 향상될 것으로 기대함
 - 한편, 대리점측에서는 보험회사 각 사가 정한 ‘모집품질 평가지표’ 도입은 대리점 경영의 독자성을 저해할 수 있다는 견해를 밝힘⁶⁸⁾

〈표 IV-2〉 모집수수료 체계 개편에 대한 보험회사와 승합대리점의 평가

보험회사 의견	승합대리점 의견
• 실질적인 업무품질의 우열을 평가할 수 있도록 개선해 나갈 필요가 있음 • 품질평가 항목 및 평가방법 개선 필요함 • 형식적인 기준을 충족하는 것만으로 평가되는 항목들이 다수 존재함 - 고객 중심방침(Fiduciary duty) 책정·공표 - 내부 관리부서 설치 등 • 각 보험회사가 각기 다른 품질평가 항목을 도입함으로써 소속 보험회사가 많은 대리점일수록 대응에 어려움이 존재할 가능성이 있음	• 대리점 평가기준에 업무품질 평가를 추가하는 것은 보험업계 지위 향상과 더불어 대리점 고객에 대한 서비스 수준 향상으로 이어질 수 있다는 점에서 긍정적으로 평가함 - 판매량만으로 대리점을 평가할 경우 고객의향에 맞지 않는 보험모집이 발생하는 등 고객 중심 업무운영에 입각한 평가가 이루어지기 어려움 • 보험회사가 업무품질 평가 항목 추가 시, 평가 항목 선정이유 및 목적, 평가목표값이나 기준 등에 대한 설명을 추가할 경우 보험대리점 차원에서의 구체적인 대응방안 마련에 용이할 것임 • ‘품질’이라는 정성적 평가가 얼마나 공평하고 적정하게 이루어질 수 있는지에 대한 검토가 필요함

67) 일본 보험대리점 수수료 체계는 日本經濟新聞(2016. 10. 6), “保険ショップの販売手数料, 「L字型」が主流”을 참조함

68) 日本損害保険代理業協会(2018. 7)

3. 제도 개편 이후 시장의 반응

- '20년 이후 보험대리점 수수료 체계 개편 효과 평가 및 제도 개선사항 논의를 위해 생명 보험협회를 중심으로 '스터디그룹'을 운영 중임
- 일본 생명보험협회는 '18년 6월 이후 대리점수수료 평가기준에 대리점의 업무품질 반영을 추진하면서, '대리점 업무품질 평가 방식 등에 관한 스터디그룹'을 설치·운영 중임⁶⁹⁾
 - 동 스터디그룹은 각 사의 고객 중심 업무운영과 대리점 업무품질 등에 관한 조사·연구를 목적으로 함
 - 동 연구회에는 보험회사, 소비자단체, 보험대리점 등이 참여하여 '20년 6월부터 '21년 4월 현재 총 12차례에 걸쳐 다양한 논의를 진행해 왔으며, 이를 기초로 해당 제도를 수정·보완해가고 있음

〈표 IV-3〉 대리점수수료 체계 개편 이후 업계 논의

구분	논의 내용
1회('20년 6월 17일)	이상적인 대리점 상(像)과 요구사항
2회('20년 7월 22일)	현행 업무품질 항목의 문제점 및 개선사항
3회('20년 8월 19일)	미래 업무품질 평가 항목 ①
4회('20년 9월 23일)	미래 업무품질 평가 항목 ②
5회('20년 10월 16일)	미래 업무품질 평가 항목 ③
6회('20년 11월 18일)	미래 업무품질 평가기준 방향성 ①
7회('20년 12월 25일)	미래 업무품질 평가기준 방향성 ②
8회('21년 2월 3일)	미래 업무품질 평가기준 방향성 ③
9회('21년 2월 10일)	미래 업무품질 평가기준 방향성 ④
10회('21년 3월 3일)	시범 실시를 감안한 향후의 검토 진행 방식
11회('21년 3월 22일)	미래 업무품질 기준의 조사·연구 결과
12회('21년 4월 14일)	미래 업무품질 기준의 조사·연구 결과

자료: 生命保険協会(2021)

69) 代理店業務品質のあり方等に関するスタディグループ(代理店業務品質 SG)(<https://www.seiho.or.jp/data/billboard/agencyqualitysg/>)

가. 제도운영 전반에 관한 의견⁷⁰⁾

- 스타디그룹 참여자들은 보험대리점에 대한 업무품질 평가는 고객이 안심하고 보험상품에 가입하고 계약을 유지하기 위해 요구되는 사항에 기초하여 수행될 필요가 있으며, 형식적 기준에 머물지 않고 실효성 있는 평가시스템 구축이 중요하다고 지적함
 - 형식적 기준·항목에만 부합하더라도 높은 평가를 받을 수 있어, 업무품질 평가 도입 목적을 도외시키고 형식적 요건을 갖추기 위한 시스템 정비에 몰두하는 사례가 다수 발생함
 - ‘고객 중심 경영방침’의 수립·공표, 내부관리부서 설치 등 형식적 요건은 충족하였으나 실제 제도운용이나 모집과정 기록이 제대로 이루어지지 않아 업무적절성을 검증할 수 없는 등 평가와 실태가 불일치하는 사례가 다수 존재함
 - 업무품질 평가 항목에 ‘판매량’이 포함된 경우도 있는데, 이 경우 업무품질 평가기준이 보험회사의 매출액을 줄이지 않는 수단으로 악용될 수도 있음을 지적함
- 또한, 보험회사 간의 보험대리점 평가 항목 편차가 커서 보험대리점이 개별 보험회사들의 요구에 효율적으로 대응하는 데 한계가 존재할 수 있다는 의견이 제시됨
 - 대리점 평가 항목을 개별 보험회사 스스로 작성함에 따라 보험회사 사이에 일치하지 않는 항목이 다수 존재하고, 항목별 평가점수 편차도 큰 것으로 나타남
 - 동일 항목이나 목표수준이 다른 경우, 유사 항목이나 보험회사 간 정의가 다른 경우, 일부 보험회사만 평가 항목으로 채택하고 있는 경우가 대표적인 예임
 - 이에 따라 보험대리점 입장에서 업무품질을 바탕으로 한 평가기준의 구축이나 교육지도, 시스템 구축에 막대한 비용과 시간이 소요되는 등 효율적인 대응이 어려울 수 있음
 - 대리점이 개선해야 할 평가 항목과 목표치를 설정하고, 각 보험회사들이 설정한 항목과 기준에 최대한 부합할 수 있도록 구조를 구축하기 위해서는 상당한 시간이 소요되며, 업무품질 유지·향상을 위해 관리비용이 증대될 수 있음
- 다만, 보험대리점은 대형·영세, 광역·특정지역 한정, 전업·겸업 등 그 속성이 다양해 하나의 척도로 평가하기보다 대리점 형태에 따라 업무평가기준을 설정하는 방안을 고려할 필

70) ‘대리점 업무품질의 본연의 자세 등에 관한 스타디그룹(代理店業務品質 SG)’에서 논의된 의견들임

요가 있다고 보고 있음

- 소비자는 방문형·내방형, 대면·온라인 등 대리점 특성에 따라 해당 대리점에 대해 기대하는 대응방식이나 업무내용이 다를 수 있기 때문에 대리점에 대한 평가기준은 채널 종별에 따라 재설정될 필요가 있음
 - 한편, 보험대리점이 직접 자사의 내부감사체계 및 실무가 어떻게 시행되고 있는지 보험회사에 명시하고, 이에 기초하여 보험회사가 적절한 감사를 실행하는 것이 효과적일 수 있음
- 보험회사와 승합대리점의 적극적인 의견교환이 필요하며, ‘고객 중심 경영(Fiduciary duty)’ 방침 실천 상황, 내부관리부서의 활용 상황 등 실질적인 업무품질 수준을 평가할 수 있도록 해당 제도를 발전시켜야 한다는 공감대가 형성되고 있음
- 모집과정에 대한 기록과 더불어 상품에 판매과정에서 고객에 대한 설명의 적절성이 중요한 평가 항목으로 자리매김하여 엄격하게 운용될 필요가 있음

나. 평가지표 개선 의견

- 보험대리점측은 업무품질 평가 항목 중 ‘유지율’을 채택할 경우, 보험대리점이 일정 수준의 ‘유지율’을 달성하기 위해 보험계약자의 사정이나 의향을 왜곡할 수도 있음을 지적함
- 대리점측에서는 고객 입장에서 보험회사가 변경되었다 하더라도 해당 대리점에서 보험계약을 계속 유지하는 것을 ‘실질적 계약’이라고 본다면, 동일 보험회사 내의 유지율을 일괄적으로 업무품질의 평가기준으로 삼는 것은 문제가 있다고 주장함
 - 즉, 고객이 동일한 보험대리점 내에서 타 보험회사의 보험으로 승환(乘換)한 경우, 기존 보험회사 입장에서는 고객을 잃는 해약(解約)인 반면 대리점 입장에서는 계약이 계속되는 상황으로 볼 수 있다고 봄
 - 고객이 본인에게 보다 더 적합한 타 회사의 상품으로 전환해야 하는 합리적인 이유가 있다면 고객 중심의 업무운영 관점에서는 문제가 없을 수 있으나, 현재의 업무품질 평가 방식에서는 이를 측정하는 데 한계가 있다고 봄
 - 대리점은 고객 사후관리 일환으로 새로운 상품정보를 제공하고 적절한 설명 과정을 거치면서, 고객이 현재 보유한 계약을 해약하고 타 보험회사의 상품으로 신규계약하는 경우도 적지 않다는 견해를 밝힘

○ ‘고객 중심 영업 실천을 위한 담당부서 설치·운영’, ‘고객 중심 영업방침 제재’ 등과 같은 형식적인 항목 대신에 모집품질 향상을 위한 대리점의 대처 결과가 반영되는 구체적인 지표 선정이 바람직하다고 보고 있음

- ‘고객 중심 영업방침’, ‘핵심평가기준(Key Performance Indicator: KPI)’ 책정·공표 시 포함시켜야 하는 내용이나 기준이 통일되어 있지 않기 때문에 소비자들이 업무품질이 높은지 낮은지 판단하기 어려운 상황임
- 보험회사들은 정량화한 항목으로 ① AFP, CFP 등 FP 자격 보유자 수, ② 개인정보 보호 인증 여부, ③ 변액보험 판매자격자 수 등을 활용하고 있는데, 자격 유무가 실제로 고객대응에 활용하고 있는지에 대한 평가가 없음
 - 또한, FP 자격이나 전문과정 시험 합격자 비율 산정 시 보험모집종사자를 기준으로 하는 것이 합리적이나, 일부 보험회사는 영업사원 외에 일반사무원을 포함시켜 산정하는 경우도 있어 이에 대한 개선이 요구됨

- 국내 보험산업은 제판분리가 확산되고 GA채널의 영향력이 확대되고 있는 가운데, GA채널은 모집인의 수수료 편향에 따른 불완전판매 문제를 발생시키고 있음
 - 판매조직의 내부통제제도가 마련되어 있지 않고 모집수수료가 판매량에 연동되어 있는 경우, 모집인이 보험계약자보다 본인의 이익을 우선시하여 고객에게 적합한 상품보다는 판매수수료가 높은 상품을 추천할 가능성이 높음
- 국내 GA채널에 해당하는 승합대리점을 통한 보험가입이 활성화된 일본에서는 국내와 유사한 문제가 발생하였고, 업계와 당국은 이를 해결하고자 대리점 규율체계를 정비하였음
 - 감독당국 차원에서 모집인의 정보제공 및 고객의향파악의무를 강화하고, 비교추천 근거를 설명할 의무 및 체제정비의무를 부과함
 - 업계 차원에서는 고객 중심 영업으로의 전환을 목표로 '18년부터 대리점수수료 산정 시 기존의 판매량 중심의 양적 평가에 더하여 계약유지율, 고객불만 건수, 사후관리서비스 등 질적 평가지표를 반영하기 시작함
 - 최근에는 생명보험협회를 중심으로 보험회사, 소비자단체, 보험대리점 등이 스터디 그룹을 결성해 보다 실효성 있는 대리점 품질평가시스템 구축을 위해 현장의 의견을 적극적으로 반영하며 개선책을 마련해가고 있음
- 국내와 유사한 영업환경 속에서 다수의 보험회사 상품을 취급하는 승합대리점의 부작용을 경험하면서, 이를 해결하기 위해 감독당국의 공적규제와 업계 차원의 자율규제가 상호보완적으로 운영되는 구조를 마련한 일본의 사례는 우리에게 시사하는 바가 큼
 - 감독당국에 의한 공적규제는 규제목표의 기본원칙과 큰 흐름을 잡아주면서 규제의 실효성 확보 및 시장질서를 유지하는 큰 축으로 기능할 수 있어야 함
 - 아울러, 감독당국에 의한 공적규제를 보완하는 동시에 건전한 영업환경 조성 및 규제의 효율성을 담보하기 위한 업계 차원의 자율규제도 함께 이루어져야 함
- 향후 국내에서 대리점 규율 체계를 마련 시 일본에서 이루어진 다양한 시도 및 시행착오, 시정 노력 등을 참고할 필요가 있음

참고문헌

- 김시은·은종성(2016), 「독립 보험판매대리점의 역할과 발전과제에 관한 연구」, 『기업법연구』, 제30권, 제4호
- 김영국(2019), 「보험모집수수료 체계의 문제점과 법정책 과제-실질적인 보험료 인하를 통한 보험소비자 보호의 관점에서」, 『성균관법학』, 제31권, 제3호
- 김주석(2016), 「보험계약 체결 전 정보제공의무와 우리의 보험영업실무」, 『고려법학』, 제81호
- 김창호(2020), 「보험판매채널 구조 변화에 따른 법인대리점(GA)의 문제점 및 발전방안」, 『이슈와 논점』, 국회입법조사처
- 김창호(2019), 「독립법인보험대리점(GA)의 현황 및 개선과제」, 『입법·정책보고서』, 국회입법조사처
- 김현수·김은경·정세창(2015), 「보험판매자의 책임강화방안에 대한 연구」, 『외법논집』, 제39권, 제1호
- 박선영·정봉은·이선주(2015), 「국내외 판매책임 강화 동향과 시사점」, 『KIRI 리포트』, 보험연구원
- 안철경·정인영(2018), 「소비자보호를 위한 보험상품 유지관리서비스의 중요성」, 『KIRI 리포트』, 보험연구원
- 이윤호(2017), 「일본 생명보험판매채널 현황에 대한 소고」, 『월간생명보험』
- 이지연(2016), 「일본 개정보험업법의 주요 내용에 관한 고찰」, 『월간생명보험』
- 한창희(2019), 「프랑스, 일본 보험법상 보험자의 정보제공의무의 시사점」, 『법학논총』, 제32권, 제1호
- 錦野 裕宗(2016), “改正保険業法によって保険商品の販売勧誘規制はどう変わったか?”, ビジネスロイヤーズ
- 中崎 章夫(2010), “生損保における販売チャネルの現状・課題そして今後の展望 - 保険ジャーナリストの観測のポイント”, 共済総研レポート, No.109

- 日本損害保険協会(2015), “ファクトブック2015”
- _____(2019), “募集コンプライアンスガイド”
- _____(2020), “2019年度損害保険代理店統計”
- _____, 生命保険の動向 각 연호
- _____, 日本の損害保険 Fact Book 각 연호
- 日本損害保険代理業協会(2018. 7), 代協活動の現状と課題
- 松吉・夏之介(2013), “保険募集の規制強化について”, 共済総研レポート, No.130
- _____(2016), “保険募集制度の根本的改革”, 共済総研レポート, No.139
- 松吉 夏之介(2016a), “改正保険業法施行後の保険業界~募集新規制への対応状況と制度改正の余波”, 共済総研レポート, No.149
- _____(2016b), “改正保険業法・監督指針に準拠した保険募集システムの事例紹介”, 共済総研レポート, No.145
- _____(2017), “改正保険業法施行後の保険業界 ② ~ 募集新規制への対応状況と最近の業界動向”, 共済総研レポート, No.149
- _____(2018), “「顧客本位の業務運営」と保険業界の対応状況”, 共済総研レポート, No.160
- _____(2019), “保険代理店に求められる募集品質の向上 - 代理店手数料体系に導入された新たな評価”, 共済総研レポート, No.166
- 松澤 登(2015. 12), “保険業法の法改正は保険比較サイトのあり方を変えるか?そして消費者契約法改正の動向は”
- 市場ワーキング・グループ(2020. 8. 5), “金融審議会 市場ワーキング・グループ報告書 - 顧客本位の業務運営の進展に向けて”(https://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/tosin/20200805.html)
- 湊・一郎(2014), “消費者が決める販売チャネルの将来”, 共済総研レポート, No.135
- _____(2016a), “生命保険・チャネル選択の現状”, 共済総合研究 Vol.72
- _____(2016b), “乗合代理店は市場に変革をもたらすか”, 共済総研レポート, No.142
- 生命保険文化センター(2018), “生命保険に関する全国実態調査”

- _____, “生命保険に関する全国実態調査”
- 生命保険協会(2016), *市場リスクを有する生命 保険の販売手数料を開示するにあたって特に留意すべき事項*
- _____(2017. 12), “保険募集人の体制整備に関するガイドライン”
- _____(2021), “代理店業務品質のあり方等に関するスタディグループ”
- 矢野経済研究所(2020), “2020年版 有力来店型保険ショップの実態と戦略”
- 大沼・八重子(2016a), “保険ショップの現状”, *共済総研レポート*, No.142
- _____(2016b), “銀行窓販の現状 ～ 保険ショップ利用者との比較を通して～”, *共済総研レポート*, No.144
- _____(2016c), “保険募集新規制の導入に伴う共済事業への波及”, *共済総研レポート*, No.144
- _____(2017), “保険外交員はなくなる職種は本当か”, *共済総研レポート*, No.150
- _____(2018a), “大手生命保険会社の進出がすすむ保険ショップ”, *共済総研レポート*, No.157
- _____(2018b), “保険ショップにおける加入行動に関する利用者分析”, *共済総合研究*, Vol.78
- _____(2018c), “大手生命保険会社の進出がすすむ保険ショップ”, *共済総研レポート*
- _____(2019), “生命保険販売におけるインターネットチャネルの現状”, *共済総研レポート*, No.165
- _____(2020), “ネット生命保険・共済加入者の特徴 ―アンケート調査結果から―”, *共済総研レポート*, No.170
- 早稲田大学 大塚英明(2016), “保険募集人の独立性―いわゆる委託型募集人対策を契機に―”, 日本保険学会関東部会
- ワールド・ヒューマン・リソース 取締役 堀・友一(2016a), “改正保険業法・監督指針に準拠した保険募集システムの事例紹介”
- _____(2016b), “石橋・弘文保険募集新規制の導入に伴う共済事業への波及”

- 井上 智紀(2017), “チャンネル多様化の進展状況 - 保険ショップ・FPチャンネルにおける加入行動の変化の状況”, ニッセイ基礎研究所
- 井上 享(2016), “平成26年保険業法改正における保険募集規制の見直し”, 生命保険論集第, 188 号
- 石橋 弘文(2015. 10), “改正保険業法がもたらすもの~新規制への対応準備は間に合うのか~”, 共済総研レポート
- _____ (2016), “>保険募集新規制の導入に伴う共済事業への波及”, 共済総研レポート
- 株式会社ワールド(2015a), “改正保険業法がもたらすもの~新規制への対応準備は間に合うのか~”
- _____ (2015b), “保険募集制度の根本的改革”
- 株式会社ワールド・ヒューマン・リソース(2016), “改正保険業法施行後の保険業界~募集新規制への対応状況と制度改正の余波~”
- 刀 俊雄・渡部記安(1989), “牙生命保険募集人の牙一社専属制牛について(I)(II)”
- 小林 雅史(2014), “保険募集ルールの整備 - 他業態と平仄を合わせた保険業法の改正”
- 小山 浩一(2019), “生命保険募集人に関する新たな基準による推計”, *保険学雑誌*, 2019 巻 646号 pp. 21~38
- 栗山泰史(2016), “保険募集規制改革の背景と意義”, *保険学雑誌*, 第 635号
- _____ (2018), “保険募集規制改革の背景と意義”, *保険学雑誌*, 第 635号
- 金融審議会(2012), “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”
- _____ (2013. 6), *新しい保険商品・サービス及び募集ルールのあり方について*
- 金融庁(2015. 7), *金融モニタリングレポートの公表について*
- _____ (2015. 9. 18), “平成27事務年度 金融行政方針”
- _____ (2017. 3. 30), “顧客本位の業務運営に関する原則”
- _____ (2017. 10. 25), “金融レポートについて”
- _____ (2020), “投資信託等の販売会社による顧客本位の業務運営のモニタリング結果について”
- 法と経済のジャーナルトップ(2015), “金融庁行政方針、「金融行政モニター」検討、「金融レポート」公表へ”

堀 友一(2019), “保険代理店に求められる募集品質の向上-代理店手数料体系に導入された新たな評価”

保険教育システム研究所(2006), “保険業法のポイント: 保険業法・施行令・施行規則・料団法・監督指針”

Shared Research(2020), “Research Coverage Report - アドバンスクリエイト”

CHUBB(2020), “代理店賠償『日本代協新プラン』”

금융감독원, 금융통계정보시스템

日本生命保険協会 홈페이지(<https://www.seiho.or.jp/>)

日本損害保険協会 홈페이지(<https://www.sonpo.or.jp/>)

日本損害保険代理業協会 홈페이지(<https://www.nihondaikyo.or.jp/>)

일본생명 홈페이지(<https://www.nissay.co.jp/>)

메이치안전생명(<https://www.meijiyasuda.co.jp/>)

제일생명(<https://www.dai-ichi-life.co.jp/>)

주우생명(<https://www.sumitomolife.co.jp/>)

금융심의회 의견과 보험업법 개정사항 비교

- 일본의 ‘보험업법 개정안’(14년 5월 30일 공표, ’16년 5월 29일 시행)’은 ’13년 금융심의회에서 발표한 ‘보험 상품·서비스의 제공 원칙에 관한 워킹그룹보고서’⁷¹⁾에 기초함

〈부록 표 I-1〉 워킹그룹보고서의 보험업법 개정 반영 사항

금융심의회 워킹그룹보고서(2013)	개정 보험업법(2016)
2. 보험모집 및 판매 규칙	-
2-1. 보험모집에 관한 규제 재정비	-
2-2. 보험모집 기본규칙 제정	-
(2-2-1) 의향파악의무	② (顧客の意向の把握等) 294条の2 【신설】
(2-2-2) 정보제공의무	① (情報の提供) 294条 1項, 2項 【신설】 同3項, 4項, 5項 【移設】
(2-2-3) 모집문서 간소화	-
(2-2-4) 행위규제 적용 제외	① (情報の提供) 294条 1項, 2項 【신설】 同3項, 4項, 5項 【移設】 ② (顧客の意向の把握等) 294条の2 【신설】
(2-2-5) 금지행위 검토	⑤ (保険契約の締結等に関する禁止行為) 300条
2-3. 보험모집인의 의무	-
(2-3-1) 보험모집인 체제정비의무	③ (業務運営に関する措置) 294条の3 【신설】
(2-3-2) 승합대리점에 관한 규정	③ (業務運営に関する措置) 294条の3 【신설】 ⑥ (帳簿書類の備付け) 303条 ⑦ (事業報告書の提出) 304条
(2-3-3) 보험모집인 위탁관리책임	③ (業務運営に関する措置) 294条の3 【신설】 ⑧ (立入検査等) 305条 2項, 3項 【신설】
2-4. 모집규제 적용범위	-
(2-4-1) 모집규제 적용 명확화	2条26項「保険募集」の解釈問題
(2-4-2) 기타	委託型募集人の問題 (監督指針)
2-5. 보험중개인에 대한 규제	④ (保険仲立人の誠実義務) 299条 ⑨ (保険仲立人に関する経過措置) 附則119条 【削除】

자료: 井上 享(2016)

71) 金融庁・金融審議会(2013. 6. 7), “「「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”(「新しい保険商品・サービス及び募集ルールのあり方について」)

부록 II

보험상품 고객의향 확인서

보험계약자 님께

생명보험 계약 가입에 대한 의향 확인서

이번에 당사의 생명보험 계약에 가입하는 것을 검토해 주셔서 정말 감사합니다.
본 서류 상, 고객의향에 따른 내용으로 기재되어 있는지를 확인해 주십시오.

보험계약자 000님
(피보험자 000님)

고객의 생명보험 계약에 관한 의향 (V 표시)에 대해서

취업불능·장기간병의 보장 ☐ 취업불능 또는 장기간병 상태에 대비하고 싶다	보험료 납입이 면제되는 보장 ☐ 취업불능 또는 장기간병(요개호) 상태에 대비하고 싶다 ☐ 암에 걸렸을 경우에 대비하고 싶다 ☐ 성인병(3대 성인병, 5대 중증만성질환, 중증동맥질환)에 대비하고 싶다.
만일의 경우의 보장 ☐ 사망에 대비하고 싶다	자산 형성이나 계획적인 저축 등 ☐ 적금으로 계획적으로 저축하고 싶다. ※ 적립금이 월액 5,000엔 이상인 경우에 √ 표시 ☐ 종신보험이 가지는 자산 형성 기능을 원한다 ☐ 만기 시에 만기보험금 등을 받고 싶다 ☐ 미래를 위해서 연금을 준비하고 싶다 ☐ 보험기간 중에 생존급부금 등을 받고 싶다
성인병이나 입원·수술 등에 대한 보장 ☐ 성인병(3대 성인병, 5대 중증만성질환, 중증 동맥질환)에 대비하고 싶다. ☐ 입원 전후 제반 비용에 대비하고 싶다 ☐ 입원에 대비하고 싶다 ☐ 수술에 대비하고 싶다 ☐ 암에 걸렸을 경우에 대비하고 싶다	

보험가입 시, 상기의 기재된 사항 외에 특별히 기재해야 할 의향이 있는 경우는, 아래의 특이사항란에 기입해 주십시오.
추가로 기입해 주실 사항이 불명한 경우는, 모집 담당자에게 문의해 주십시오.

※ 특히 기재해야 할 의향 : 보험기간, 보험료, 보험료 납입방법, 보험금액 및 기타 특별한 의향 등

【기타 특이사항란】

고객에 대한 제안에 대해

현재 제안하고 있는 생명보험 계약은 고객으로부터 조사한 상기 의향을 기초로 설계하고 있으므로, 고객 의향에 부합하는 내용으로 설계되어 있다고 생각합니다. 가지고 계신 설계서(계약개요), 신청서 등을 최종 확인해 주십시오.
또, 고객의 의향과 차이가 있으면 모집 담당자에게 신청해 주세요.

모집 담당자 ○○생명보험
○○지사 ○○ ○○

계약내용에 관한 의향 확인에 대해서(‘예’ ‘아니오’ 중 하나에 ○ 표시를 기입해 주십시오.)

① 보험금·급부금 등의 보장 내용(지급 이유 등)은, 제안의 내용으로 괜찮을까요? 특히 암 보장은 【설계서(계약개요)】를 확인하여 승낙하셨습니까? ② 보험금·급부금 등은, 제안한 내용으로 괜찮을까요? 특히, 특약에는 재해사망 시 이외의 사망보험금이 없으며, 해약환급금이 없는 것(보험료납입 만료 후 종합의료 특약은 제외)을 안내 받으셨습니까? ③ 보험기간은 제안하신 내용이 맞습니까? ④ 보험료·보험료 납입기간은, 제안된 내용으로 괜찮으신가요? ⑤ 최초의향과 최종의향을 비교하고 차이점 등에 대해 확인하셨습니까?	① 예, 아니오 ② 예, 아니오 ③ 예, 아니오 ④ 예, 아니오 ⑤ 예, 아니오
--	--

모두 [예]인 경우는
아래에 확인일을 기입·서명 부탁드립니다.

하나라도 「아니오」가 있는 경우는
재의향에 따른 내용으로 제안하겠습니다.

위의 내용을 확인하였습니다.

확인일	20**년 *월 *일
****센터	
보험계약자 (자필서명)	

1. 보험대리점 평가관점 및 목표

○ 일본생명(日本生命保險, NISSAY) 경영방침·목표

- 고객 신뢰 확보, 사회적 책임경영 추진

○ 이상적인 보험대리점 상

- 본사 경영방침에 부합한 경영 태세를 갖추고 당사의 보험상품을 적절하고 안정적인 방식으로 판매하고 사후고객관리를 실시함으로써, 고객에게 최적보장을 제공하는 것을 이상적인 '위탁 보험대리점'으로 함

○ 대리점 모집수수료 제도 개편: '19년 4월

- '고객 중심 업무운영' 추진을 위해 「고객 중심의 업무운영에 관한 방침」을 제정하고, 해당 정책 및 활동 내용의 정착 정도는 '고객만족'의 중·장기적인 추세를 이용하여 측정함
- 고객만족을 위해서는 보험대리점에 '고객 중심 업무운영'이나 '고객서비스 개선 상황', 이를 안정적으로 실현하기 위한 경영방식 등이 중요하다는 인식을 토대로 '19년 4월, 모집대리점에 대한 지급수수료 산정방식 개편을 시행함
- 모집대리점 수수료 외 자사의 특정 상품 판매량에 기초한 추가보수 지급은 폐지함

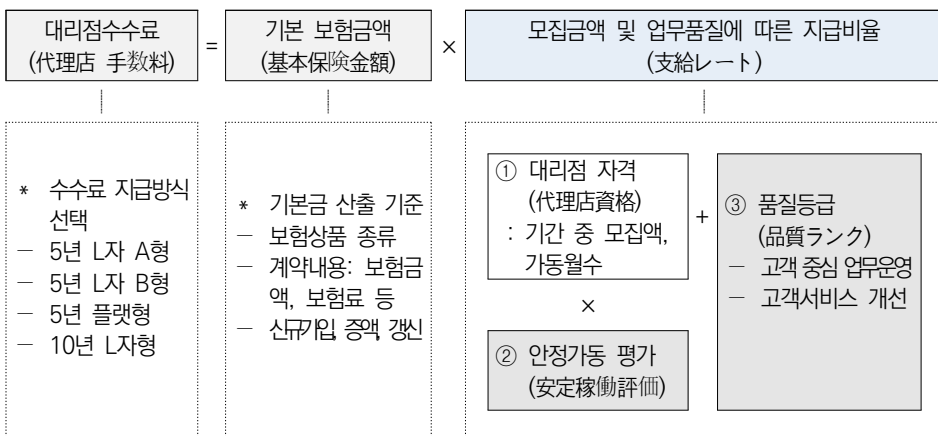
2. 모집수수료 체계

가. 수수료 산출 및 지급 방식

○ 일본생명의 대리점수수료는 ‘기본 보험금액’과 ‘모집금액 및 업무품질에 따른 지급비율’을 반영하여 산출되는 구조임

- (기본보험금액) 대리점수수료 산정의 기초가 되는 기본보험금액은 ① 체결된 보험 상품의 종류, ② 계약내용, ③ 신규 또는 중도가입 여부 등에 따라 결정됨
- (지급비율) 수수료 ‘지급비율’은 ① 대리점 자격, ② 안정적 모집 능력, ③ 품질등급 등을 기초로 산정됨
 - (대리점 자격) 대리점 평가기간 중 자사상품 모집액(기본보험금액) 또는 과거 모집성과 등을 평가함
 - (안정적 모집 능력) 대리점이 결산월 등 특정기간에 상품판매를 집중하는 일이 없도록 모집기간 평준화나, 정기적 가동에 의한 사무안정화 등 계약품질의 향상을 위한 모집대리점의 안정적 가동능력을 평가함
 - (품질등급) 대리점의 ‘고객 중심 업무운영’에 대한 대처 및 체제정비 상황을 평가하고자 ‘품질등급’을 도입하였으며, 품질등급은 (a) 기본 품질평가, (b) 고객 중심의 업무운영체제 평가 두 분류로 구성됨

〈부록 그림 Ⅲ-1〉 일본생명의 대리점수수료 산정 방식



○ 모집대리점 수수료를 산출할 때 적용하는 지급비율은 자사상품 모집 금액을 평가하는 대리인 자격(①)과 안정적인 가동능력을 평가하는 안정가동 평가(②) 및 업무품질을 평가하는 품질등급(③)으로 구성됨

- ①~③ 각각의 비율은 대리점에 따라 다르지만, ③ 업무품질에 의한 평가가 약 30% 정도 차지하는 것이 일반적인 가정임
- 품질등급에 따른 지급비율은 표준등급인 A를 1로 하였을 때, S+~D까지 각각 1.125~0(지급비율 적용 제외)으로 차이가 있음

〈부록 표 Ⅲ-1〉 품질등급에 의거한 지급비율

품질등급	S+	S	A	B	C	D
지급비율	1.125	1.050	1.000	0.750	0.500	-

주: 표준등급인 A를 1로 했을 경우의 비율임

○ 일본생명의 경우 보험대리점에게 지급하는 수수료는 크게 4가지 유형(① 5년 L자 A형, ② 5년 L자 B형, ③ 5년 플랫폼형, ④ 10년 L자형)이 있는데, 보험대리점은 이 중 하나의 지불 방식을 선택하는 것이 가능함

- 다만, 보험대리점이 '5년 L자 A형'을 선택하기 위해서는 다음 3가지 요건 중 하나를 충족해야 함
 - ㉠ 안정가동평가에서 기준 ①을 달성하고 있음
 - ㉡ 품질등급이 A 이상
 - ㉢ 승합대리점임: 2개 이상의 보험회사에서 상품 취급

〈부록 그림 Ⅲ-2〉 품질등급에 의거한 지급비율



나. 평가 항목

1) 대리점 자격

○ 대리점 자격은 ① 기본 보험금액(신규 계약), ② 보유 보장보험금액(기존 계약), ③ 가동월수(보험계약 건수가 1건 이상인 달) 등을 기준으로 판단함

- 대리점 자격은 아래 <기준 1>과 <기준 2> 중 더 높은 자격을 적용하며, 직전 1년을 기준으로 연 3회(5월, 9월, 1월) 판정을 실시함

〈부록 표 Ⅲ-2〉 대리점 자격 평가

〈기준 1〉			〈기준 2〉			
대리점 자격	기본보험금액	가동월수	대리점 자격	기본보험금액	보유보장보험금액	가동월수
N I	10억 엔 이상	-	N I	8억 엔 이상	60억 엔 이상	-
N II	7억 엔 이상		N II	6억 엔 이상	40억 엔 이상	
N III	4억 엔 이상		N III	3억 엔 이상	30억 엔 이상	
N IV	2.4억 엔 이상		N IV	2억 엔 이상	20억 엔 이상	
N V	1.2억 엔 이상		N V	1억 엔 이상	10억 엔 이상	
N VI	1.2억 엔 미만	2개월 이상	N VI	위 N V 기준 미만		2개월 이상
N VII	위 N VI 기준 미만		N VII	위 N VI 기준 미만		

2) 안정적 가동능력

○ 가동월수(稼働月數)와 기본보험금액(基本保險金額)에 따라 보험대리점의 안정적 가동능력을 평가하고 이에 상응한 평가계수를 반영함

- 보험대리점이 안정적 가동을 지속적으로 달성하는지 여부를 최대 5년에 걸쳐 평가하며, 매년 5월(이전년도 4월~당해년도 3월)에 판정을 실시함

〈부록 표 Ⅲ-3〉 안정적 가동능력 평가

〈기준 1〉				〈+ 계속달성 기준(〈기준 1〉을 연속 달성)〉	
구분	가동월수	기본보험금액	평가계수	계속달성 기준	평가계수
기준 ①	6개월 이상	1.2억 엔 이상	1.005	2년 연속	〈기준1〉 평가계수+0.005
기준 ②	9개월 이상	1.2억 엔 이상	1.008	3년 연속	〈기준1〉 평가계수+0.010
기준 ③	12개월 이상	1.2억 엔 이상	1.010	4년 연속	〈기준1〉 평가계수+0.015
위에 모두 미달			1.000	5년 연속	〈기준1〉 평가계수+0.020

다. 품질등급

○ 대리점 품질등급은 ‘기본 품질평가’와 ‘고객 중심 업무운영체제 평가’로 구성되며, 기본 품질평가기준 달성을 기초로 ‘고객 중심 업무운영체제’ 각 항목의 충족 정도에 따라 표준 등급인 A를 중심으로 S+~D의 6단계 등급으로 평가함

- 기본 품질평가: ① 공통 자기점검, ② 25회차 유지율
 - ① (자기점검) 모집기관의 자기점검을 통해 적합성, 내부품질관리활동을 평가함
 - ② (25회차 유지율) 일반적으로 고객 라이프사이클 변화에 의한 해지 발생이 어려운 가입 2개년 경과시점에서 계약 유지 상황을 판정·평가함
 - * 25회차 유지율이 80% 미만인 경우는 D등급으로 판정함
 - * 가입시점에 고객 요구에 따라 보험판매가 이루어지고 있는지를 사후적으로 평가하여 고객에게 가장 적합한 보장을 제공할 것을 촉구하기 위한 항목임
- 고객 중심 업무운영체제 평가: ③ 고객 중심 업무운영체제, ④ 전문자격, ⑤ 고객대응체제, ⑥ 일본생명시스템 도입
 - ③ (고객 중심 업무운영체제 방침 개발·배치) 고객 중심 업무운영 방침을 평가하는 것으로, 고객의 최선의 이익을 추구하고 적합한 서비스 제공 여부를 평가함
 - ④ (전문자격) 보험모집 과정에서 높은 윤리관에 따라 고객 대응·판매를 실시할 수 있는 체제인지, 전문지식을 살려 고객에게 최고의 상품과 서비스를 제안할 수 있는 체제인지를 평가함
 - * FP 자격: FP 1~3급, AFP, CFP, 손해보험대학과정 또는 생명보험전문과정

* 기타: 세무사, 변호사, 공인회계사, 사회보험노무사 등

- ⑤ (고객대응체제) 고객의 소리를 수집하고 배우고 경영에 활용해 나가는 구조가 모집기관 내에 정비되어 있는지를 평가함
- ⑥ (일본생명시스템 도입) 자사 업무시스템을 도입하여 업무효율화를 도모함으로써, 고객에게 최적의 상품·서비스 제공에 이바지하고 보다 편리성이 높은 사무체제 구축을 평가함

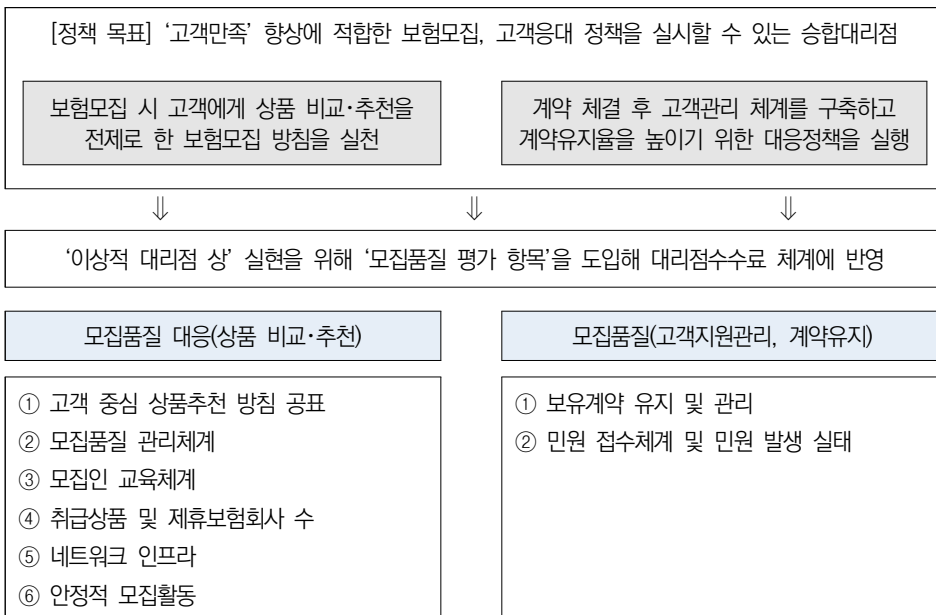
〈부록 표 Ⅲ-4〉 품질등급 평가

등급	기본 품질평가			고객 중심의 업무운영체제 평가				
	① 공통 자기점검	② 25월차 유지율		충족 항목 수	③ 운영방침 제시	③ 조직운영	④ 전문자격	⑤ 고객 지원체제
S+	미해결사항 없음	85% 이상	모두	고객 중심 업무운영 방침 홈페이지 공표	고객 중심 체제 추진 조직담당자 100명 이상	취득률 50% 이상	고객의 소리 수집·반영	온라인 신계약절차 시스템 활용률 80% 이상
S				고객 중심 업무운영 방침 책정·게시	고객 중심 체제 추진 조직 설치	취득률 30% 이상		온라인 신계약절차 시스템 활용률 50% 이상
A (표준)		80% 이상			-	취득자 재적		일본생명 시스템에서 제안서 작성 (인터넷 등을 통해)
B				3항목	(b) A등급 요구사항 중 1항목이 비충족			
C			2항목	(b) A등급 요구사항 중 2항목이 비충족				
D	미해결사항 있음	80% 미만		1항목 이상	(b) A등급 요구사항 중 3항목 이상 비충족			

1. 보험대리점 평가관점 및 목표

- 제일생명은 보험대리점 평가 시 ‘고객만족 향상’ 목표에 부합한 보험모집이나 고객대응 정책을 실천하고 있는지를 평가함
- 대리점에 대한 수수료 지급 과정에서 '18년 4월부터 특정 상품이나 판매량에 대한 '추가 보수' 지급을 폐지함
 - '20년 4월부터는 보험모집 품질 등을 평가한 수수료 체계 구축을 통해, 보험상품에 대한 적절한 설명 절차 확보, 적극적인 사후고객관리 등을 실천하고 있는 '이상적인 대리점'을 구현하고자 함

〈부록 그림 IV-1〉 제일생명의 '이상적 대리점' 구현을 위한 대리점 평가 방식



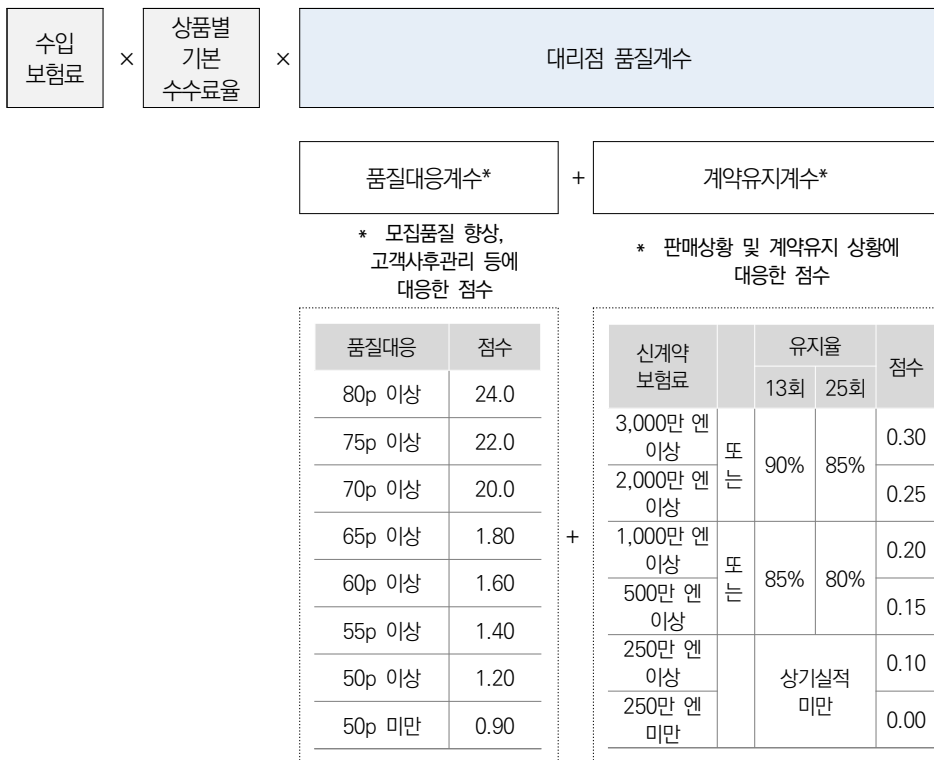
2. 모집수수료 체계

가. 수수료 산출 방식

○ 제일생명은 대리점수수료 산정 시 ‘대리점 품질계수’를 도입함으로써 모집품질 향상을 도모하고 고객만족도가 높은 대리점에 대해 더 높은 가치를 부여함

- ‘대리점 품질계수(契約継続係數)’는 모집품질 향상을 위한 대리점의 대응 수준인 ‘품질대응계수(品質取組係數)’와 보험상품 판매량과 유지 상황을 반영하는 ‘계약유지계수(契約維持係數)’를 합하여 산출함

〈부록 그림 IV-2〉 제일생명의 대리점수수료 산정 방식



나. 평가 항목

〈부록 표 IV-1〉 제일생명의 대리점 품질계수 평가 항목 및 점수

구분		품질대응	평가기준	판정 항목		점수																			
비교 추천	①	고객 중심(FD)의 상품추천 방침 공표	보험대리점 스스로 모집 품질관리 준수·개선 정책을 고객에게 공표함으로써 고객이 안심할 수 있는가?	금융청(金融庁) 홈페이지에 'Fiduciary duty' 기업 목록 게재		15p																			
				자사 홈페이지 상 FD 방침 공개		10p																			
				대리점 사무실에 FD 방침 배치		5p																			
	②	모집품질 관리체제	모집품질관리 체제를 정비하고, 고객에게 최적의 상품·서비스 제공을 실천하고 있는가?	영업부서에서 별도의 모집품질 관리부서 설치		15p																			
				비교추천 판매관리 실시		5p																			
	③	모집인 교육체제	모집인에 대한 교육체제를 정비하고, 다양한 상품라인업에 대해서 고객이 알기 쉽도록 설명하고 있는가?	영업부서에서 별도의 교육부서 설치		15p																			
				평생교육 이외의 교육 실시		5p																			
	④	취급상품 및 제휴보험 회사 수	폭 넓은 상품라인업(취급상품·제휴 보험회사 수)을 갖추고 있으며, 고객에게 최적 상품을 제공하고 있는가?	<table><tr><td rowspan="4">자사 (제일생명) 취급 상품 수</td><td colspan="2">제휴보험회사 상품 수</td></tr><tr><td>10개 이상</td><td>10개 미만</td></tr><tr><td>전 상품</td><td>30p</td><td>15p</td></tr><tr><td>일부 상품</td><td>15p</td><td>0p</td></tr></table>		자사 (제일생명) 취급 상품 수	제휴보험회사 상품 수		10개 이상	10개 미만	전 상품	30p	15p	일부 상품	15p	0p									
	자사 (제일생명) 취급 상품 수	제휴보험회사 상품 수																							
		10개 이상	10개 미만																						
전 상품		30p	15p																						
일부 상품		15p	0p																						
⑤	네트워크 인프라 정비	고객에게 비교·추천에 기초한 상품제공을 실현하기에 용이한 모집 환경(공동 Gateway*)을 구축하였는가? * 공동 Gateway 활용 시 고객이 보유한 기존계약에 대한 사후관리도 용이하다는 점을 근거로 평가	공동 Gateway 도입·활용		15p																				
⑥	안정적인 모집활동	특정 기간에 치우치지 않고 안정적으로 모집활동을 실시하고 있는가?	12개월 가동		15p																				
			8개월 가동		10p																				
			4개월 가동		5p																				
사후 고객 관리 체계 · 계약 유지	⑦	보유계약 유지·관리	가입고객의 계약 유지·관리 수준은 어떠한가? * 고객만족 향상 대치를 평가	<table><tr><td rowspan="4">보유계약 건수</td><td colspan="3">계약유지율</td></tr><tr><td>100%</td><td>96% 이상</td><td>94% 이상</td></tr><tr><td>150건 이상</td><td>30p</td><td>20p</td><td>15p</td></tr><tr><td>10건 이상</td><td>20p</td><td>15p</td><td>10p</td></tr><tr><td>50건 미만</td><td>15p</td><td>10p</td><td>5p</td></tr></table>		보유계약 건수	계약유지율			100%	96% 이상	94% 이상	150건 이상	30p	20p	15p	10건 이상	20p	15p	10p	50건 미만	15p	10p	5p	
				보유계약 건수	계약유지율																				
					100%		96% 이상	94% 이상																	
					150건 이상		30p	20p	15p																
	10건 이상	20p	15p		10p																				
	50건 미만	15p	10p	5p																					
⑧	민원 접수체제 및 민원 발생 상황	고객의 소리를 통해서 고객만족 향상·개선을 위해 노력하고 있는가?	민원 발생률 0%		15p																				
			민원 발생률 2% 이하		10p																				

1. 경영목표와 보험대리점 평가: '이상적인 대리점 상'

○ 메디케어사의 경영목표

- 다양해지는 고객의 요구를 정확하게 파악하고, 고객이 신뢰하고 안심할 수 있는 보험상품 및 서비스를 제공하는 것임
 - 고객이 신뢰·안심하기 위해서는 '고객의향을 근거로 그들의 요구에 맞는 보험 상품을 제공', '비교추천 판매를 적절하게 실시하여 고객에게 최적의 보험 선택을 유도', '보험가입 이후 고객만족도를 유지·개선' 등의 실천이 중요함

○ 이상적인 대리점 상

- 본사의 경영비전을 실현시키기 위해 '고객의향을 바탕으로 한 컨설팅과 세심한 고객관리 서비스를 통해 보다 많은 고객의 만족도를 유지·향상시키는 보험대리점', '사회적 요구에 부응하기 위해 경영자원을 투입하여 이에 상응한 경영체제를 구축하고 있는 기관'을 이상적인 보험대리점 상으로 보고 있음

○ 이상적 대리점 상과 판매수수료 체계 개편과의 관계

- '이상적인 대리점 상'의 실현을 위해 각 대리점의 모집품질 향상 등에 이바지할 수 있는 대책 추구에 입각하여, '18년 4월부터 대리점수수료 체계에 대한 재검토를 실시하고 있음
- '20년에는 모집품질 향상 등에 대한 사회적 요구가 높아지고 있는 점을 반영하여 품질수수료 비중을 기존 30%에서 40%로 상향조정하였으며, 모집인 교육이나 고령층 배려에 대한 평가 항목을 추가함

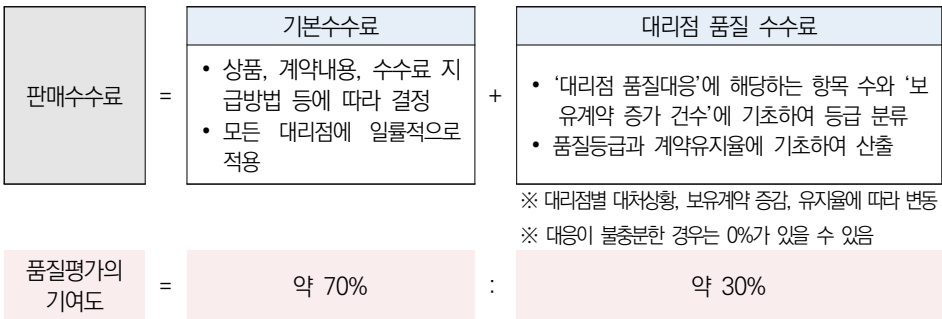
2. 모집수수료 체계

가. 수수료 산출 방식

○ 판매수수료는 보험상품 내용에 따라 결정되는 '기본수수료(基本手数料)'와 대리점의 품질 향상 노력을 평가하는 '대리점 품질대응 수수료(代理店品質取組手数料)'로 구성됨

- '대리점 품질대응 수수료'를 도입함으로써, 보험대리점의 '판매량'만을 평가하는 것이 아니라, 고객에 대한 서비스의 질이나 개선 정도를 평가함

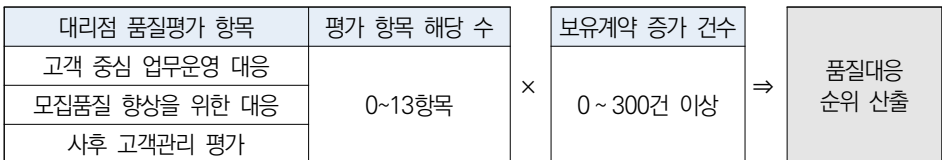
〈부록 그림 V-1〉 메디케어의 판매수수료 산출 방식



○ 기본 보험료에 '대리점 품질 수수료율'을 곱하여 '대리점 품질 수수료'를 산출함

- 각 보험대리점의 '대리점 품질대응 평가 항목(13항목)' 중 '해당 항목 개수'와 '보유계약 증가 수'를 기초로 '대리점 품질대응 순위'를 결정한 후, 품질등급과 각 대리점의 계약유지율에 기초하여 '대리점 품질 수수료율'을 산출함

〈부록 그림 V-2〉 메디케어의 '대리점 품질대응 순위' 산출 방법



나. 대리점 품질평가 항목: 13항목

〈부록 표 V-1〉 메디케어의 대리점 품질평가 항목

대리점 품질평가 항목	판정 방법
1. 고객 중심 업무운영에 이바지하는 대응	
① 대리점의 고객접점 확보 방식	▶ 등록원부의 점포·모집인 등록상황을 기초로 판정
② 보험상품 제안 시 복수의 상품 제시	▶ 모집인원 수 대비 '제안서'의 작성 건수
③ 전자문서(페이퍼리스)를 통한 모집 이용률	▶ 대면모집 신청 건수를 기초로 산출
④ '고객 중심 업무운영' 방침의 책정·공표	▶ 회사 홈페이지 공표 여부
⑤ '고객 중심 업무운영'에 관한 KPI 책정·공표	▶ 회사 홈페이지 공표 여부
2. 모집품질 향상을 위한 노력	
⑥ 모집품질 향상을 위한 모집인 교육 실시	▶ 대리점 업무확인 운영결과를 기초로 산출
⑦ 상품제안 프로세스 기록 및 모니터링	▶ 대리점 업무확인 운영결과를 기초로 산출
⑧ 고객정보관리 체계 구축	▶ 대리점 업무확인 운영결과를 기초로 산출
⑨ 네트워크 인프라를 이용한 신속한 데이터 제공	▶ 이용 상황(데이터)으로 판정
⑩ 모집품질 관리부서 설치(Audit, Compliance)	▶ 대리점 업무확인 운영결과를 기초로 산출
3. 사후 고객관리 평가	
⑪ 보험계약 체결 후 관리 절차 마련	▶ 대리점 업무확인 운영결과를 기초로 산출
⑫ 기존 보험계약내용 등에 관한 정기적 통지 여부	▶ 대리점 운영상황 청취 후 확인
⑬ 전자문서를 통한 보험계약 유지관리	▶ 시스템을 통한 보험계약 유지관리 실시 여부 확인

도서회원 가입안내

회원	연회비	제공자료	
법인 회원	₩300,000원	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · 해외 보험동향 · KOREA INSURANCE INDUSTRY	영문 연차보고서 추가 제공
특별 회원	₩150,000원		
개인 회원	₩150,000원		

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



가입 문의

보험연구원 도서회원 담당

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



회비 납입 방법

무통장입금

- 계좌번호 : 국민은행 (400401-01-125198) | 예금주: 보험연구원



자료 구입처

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

저자약력

김 동 겸 성균관대학교 경영학 박사 / 연구위원
E-mail : dgkim@kiri.or.kr

정 인 영 연세대학교 경제학 석사 / 연구원
E-mail : essence4u@kiri.or.kr

이슈보고서 2021- 12

일본 보험대리점 규제체계

발 행 일 2021년 7월
발 행 인 안 철 경
발 행 처 보험연구원
주 소 서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 38 화재보험협회빌딩
인 쇄 소 고려씨앤피

ISBN 979-11-89741-53-2
979-11-89741-37-2(세트)