

# Ⅰ. 서론

## 1. 연구 배경 및 목적

일반적으로 금융규제 완화가 진전될수록 보험회사는 다양한 고객접점의 확보(모집조직 다변화)와 기존 모집조직의 질적인 개선 등에 경영노력을 집중시키고, 감독당국은 상품 판매상의 행위 규제를 강화하는 경향이 있다. 전자의 경우 무엇보다도 규제완화에 의하여 소비자의 선택폭이 확대됨에 따라 소비자 니즈에 대응하는 상품개발과 함께 고객접점 차별화의 중요성이 증가하고 있기 때문이며, 또한 고객접점에서의 경쟁력 강화를 위해서는 전통적 모집조직의 질적인 개선은 물론 이와 함께 모집조직의 다변화가 동반되어야 하기 때문이다. 후자의 경우 규제완화로 인하여 소비자의 선택폭 및 다양한 니즈 충족의 기회 확대 등 긍정적인 효과를 기대할 수 있지만, 금융기관간 경쟁심화, 금융횡단형 상품의 증가 등에 따라 보험(금융)상품의 구매에 있어 소비자의 판단을 어렵게 하고 소비자의 권익 또한 침해될 개연성이 높아지기 때문이다.

이러한 경향은 향후에도 지속될 것으로 판단된다. 금융기관간의 경쟁압력이 증대할수록 모집조직을 중심으로 하는 경쟁력 강화 움직임은 더욱 가속화될 것이며, 또한 금융겸업화의 진전에 따라 복합금융상품의 개발 및 판매가 활발해지고 있어 이와 관련하여 자칫 소홀히 되기 쉬운 소비자의 권익 보호를 위한 모집제도의 개선 필요성이 증가할 것으로 예상되기 때문이다.

물론 이러한 움직임에 대응하기 위하여 정책·감독당국은 2003년 보험업법 개정, 2005년 방카슈랑스 시행과 관련한 보험업법 시행령 개정 등을 통하여 소비자 보호를 위한 노력을 거듭하였다.

그러나 이러한 노력에도 불구하고 모집제도의 대부분이 대면조직을

중심으로 이루어져 CM, 홈쇼핑 등과 같은 비대면조직의 등장이라는 시대적인 흐름에 적합하지 못한 부분이 존재하며, 또한 CM, TM, 홈쇼핑 등 새로운 모집조직의 판매 비중이 급속히 확대되고 있으나, 제도적인 장치는 미흡한 수준임을 부정할 수 없다. 더욱이 2006년 8월, 교차판매 도입이 예정되어 있으나, 구체적인 시행 방안이 마련되어 있지 않아 자칫 원활한 제도 정착의 저해는 물론 소비자의 권익이 침해되지 않을까 우려되고 있다. 방카슈랑스의 예와 같이 새로운 모집제도의 운영에 대한 제도적인 보완책 마련이 완전하게 이루어지지 않은 상태에서 제도 도입이 이루어질 경우 불완전판매 등 소비자 권익 침해를 조장할 수도 있기 때문이다.

이와 같이 새로운 모집환경의 변화에 기존의 모집규제가 따라가지 못함으로 인하여 야기되는 문제점 중 가장 우려되는 것이 소비자 보호의 문제라고 할 수 있다. 이 때문에 모집제도의 개선방안 마련도 시급히 요구되고 있는 것이다. 이와 같은 점을 염두에 두고 본 연구보고서에서는 모집조직을 둘러싼 내·외적인 환경변화를 고려하여 소비자 권익이 보호될 수 있는 모집제도의 개선방안을 제시하고자 한다.

## 2. 연구방법 및 내용

모집과 관련한 선행연구의 경우 주로 보험회사 차원에서 경쟁력 강화를 위한 경영노력에 집중되어 왔다. 최종원·이승우(1997) 등은 설계사 효율성 분석을 통하여 설계사 구조의 최적화, 설계사의 세분화 등을 통한 모집조직의 생산성 개선을 강조하였으며, 정재욱(1998), 정홍주(2000) 등은 보험환경의 변화에 따른 모집조직의 다변화 현상을 소개하면서 기존의 설계사 조직과는 다른 비용구조를 지닌 새로운 모집조직의 도입 필요성을 강조하였다. 신문식·이경희·이정환(2003), 오기석(2003) 등은 보험설계사 증원, 교육, 시장투입에 있어서의 일률적 방식 탈피 등

을 통한 생산성 개선을 강조하였다. 한편, 민재형·김진한(2000), 최무진(2000)은 한국과 미국 생명보험산업의 효율성 분석을 통하여 보험료 수입을 위해 투입되는 운영비용의 절감이 효율성 제고에 중요한 요인임을 강조하였다. 그러나 이러한 연구의 대부분은 감독차원의 소비자 보호 강화보다는 보험회사의 경쟁력 강화를 주된 내용으로 하고 있다는 공통점이 있다. 감독당국의 입장에서는 강호(2002), 이해선(2005)의 보험산업 정책과제와 감독방향 등과 같이 일정한 감독규제정책의 방향을 밝힌 형태가 대부분이었다.

따라서 이 보고서에서는 보험모집환경의 변화에 맞추어 소비자의 권익을 보호하고 강화하기 위한 모집제도의 개선 방안을 보험관련 기초통계자료와 선진외국의 사례조사를 통하여 제시하고자 한다. 소비자 민원평가, 모집조직의 생산성 등 통계적으로 보아도 소비자 보호의 필요성이 증가하고 있으며, 보험분야에 있어 우리보다 한발 앞선 외국의 경우 금융겸업화의 진전 속에서 소비자의 권익 보호를 위하여 투자형 상품을 중심으로 판매자격제도의 도입, 금융상품 판매에 관련하는 법률의 제정 등 다양한 제도를 도입, 시행하는 사례가 존재하기 때문이다.

이러한 모집제도의 개선과 함께 요구되는 사항은 모집환경의 변화에 대응하기 위한 보험회사의 경영노력이 공정한 경쟁의 틀 속에서 이루어질 수 있도록 하는 제도적인 지원방안이다. 경쟁력 확보를 위한 보험회사의 경영노력은 보험산업에 기대되는 사회적인 역할의 수행과 밀접한 관계를 맺으면서 이루어지고 있으며, 이는 또한 소비자의 권익 강화로의 확대도 기대할 수 있기 때문이다.

이상과 같은 점을 고려하여 제1장 서론에 이어 제2장에서는 모집제도의 현황을 모집제도의 변천과 유형을 중심으로 고찰한다. 이는 한 나라의 모집조직체계는 보험산업의 생성 및 발전과정, 외부의 환경요인 등 시장을 둘러싼 특성과 밀접한 관계를 맺으면서 형성된다는 특징이 있기 때문에 모집제도의 현황을 환경에 대한 대응차원에서 원인과 결과의 관점에서 검토하기 위해서 이다. 특히 모집조직 도입의 영향을 도입

목적과 배경, 보험시장, 보험회사 및 소비자에 미친 영향, 현재의 운영 현황을 중심으로 검토한다.

제3장에서는 현행 모집제도의 문제점 분석에 의한 개선의 필요성이다. 모집조직체계의 특성을 환경변화에 대한 대응의 관점에서 금융겸업화로 대표되는 모집환경의 변화와 이에 따른 보험산업의 향후 전망 분석을 통하여 현행제도의 한계점을 고찰하고, 감독 방향의 변화 필요성을 검토한다. 특히 향후 보험산업의 전망에 따른 모집조직의 미래를 이미 금융겸업화를 경험한 선진외국의 사례 검토를 통하여 고찰하고자 한다.

제4장은 모집제도 개선 방안으로서 제3장에서 제기된 문제점의 해결을 위한 방안을 제시한다. 구체적으로는 먼저, 금융겸업화에 의하여 자칫 소홀히 되기 쉬운 소비자의 권익 보호를 위한 방안으로 업무행위 규제와 선진화, 공시제도의 재정립 등을 제시하며, 또한 보험회사의 경쟁력 강화를 위한 경영노력에 대한 지원의 일환으로 모집종사자의 전문성 제고 및 업무영역 확대 등의 경쟁력 강화 방안을 검토한다. 그리고 규제감독의 적합성 및 효율성 확보를 위한 공정경쟁질서 확립과 모집조직의 다양화 및 이의 활성화를 지원하기 위한 연계판매의 도입방안을 제시하고자 하며, 마지막으로 2006년 8월 교차판매 제도의 바람직한 도입 방향을 제시하기로 한다.