

보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 검토

2018. 10

백영화·손민숙

머 리 말

보험업법은 보험 모집 행위에 대하여 엄격한 규제를 적용하고 있지만, 보험 모집 행위의 구체적인 의미나 범위에 대해서는 세부적 기준을 제시하고 있지 않다. 이에, 가망고객 발굴에서부터 보험계약 체결에 이르는 일련의 과정 속에서 어떠한 행위가 보험 모집 행위에 해당하는지, 어떠한 행위가 보험 모집의 정도에는 이르지 않는 단순한 소개, 안내 등의 행위인지를 명확하게 구분하기 어려운 경우가 발생하기도 한다.

보험 모집 행위의 경우, 모집 자격이 없는 자가 이를 행하는 것이 금지되고, 보험회사나 모집종사자가 모집 자격이 없는 자에게 이를 위탁하고 대가를 지급하는 것도 금지되며, 이의 위반 시 제재 대상이 될 수 있다. 따라서 어떠한 행위가 보험 모집 행위에 해당하는지 여부가 중요한 의미를 가질 수 있다.

본 보고서에서는 보험업법상 보험 모집 행위 및 모집과 구분되는 행위들에 대한 규제 내용, 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 관한 판례와 유권해석 사례들을 분석하고, 보험 모집의 행위의 의미 및 범위에 관하여 참고할 수 있는 일본, 미국, 영국의 사례를 조사하였다. 아울러 이를 토대로 보험 모집 행위 해당 여부를 판단하기 위한 주요 기준을 제안해보았다. 본 보고서가 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 관한 법적 기준 정립을 위한 논의의 장을 마련하는 계기가 되기를 희망해본다.

마지막으로 본 보고서에 수록된 내용은 연구자들 개인의 의견이며, 우리원의 공식 의견이 아님을 밝혀둔다.

2018년 10월
보 험 연 구 원
원장 한 기 정

■ 목차

요약 / 1

I. 서론 / 13

1. 연구배경 / 13
2. 연구방법 / 18

II. 보험업법상 보험 모집 행위 등에 대한 규제 내용 / 19

1. 보험 모집 행위 / 19
2. 모집 광고 행위 / 22
3. 보험계약에 관한 사항의 비교·공시 행위 / 24
4. 상담 또는 소개 행위 / 26
5. 소결 / 26

III. 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 해석 / 29

1. 보험 모집 행위에 관한 판례 / 29
2. 보험 모집 행위에 관한 유권해석 사례 / 34
3. 기타 권유 행위 등에 관한 해석 사례 / 41

IV. 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 해외 사례 / 47

1. 일본 / 47
2. 미국 / 54
3. 영국 / 61
4. 소결 / 70

V. 보험 모집 행위의 범위 확정 / 72

1. 보험 모집 행위의 판단 기준 / 72
2. 사안별 분석 / 78
3. 추가 고려 사항 / 83

■ 목차

| 참고문헌 | / 86

| 부록 | / 87

■ 표 차례

- 〈표 I-1〉 무자격자에 대한 보험 모집 위탁 및 수수료 지급에 대한 제재 기준 / 14
- 〈표 II-1〉 보험 모집 단계별 제공 서류 / 20
- 〈표 II-2〉 보험협회 외의 자에 의한 비교·공시에 대한 규제 / 25
- 〈표 III-1〉 광고비 지급에 대해 보험업법 제99조 위반이 아니라고 판단한 사례 / 36
- 〈표 IV-1〉 일본손해보험협회 가이드라인상 모집 행위 유형 / 49
- 〈표 IV-2〉 일본 금융청 감독지침상 모집 행위 및 모집 관련 행위 / 52
- 〈표 IV-3〉 NAIC 실무 지침상 모집 행위 구분 / 56
- 〈표 IV-4〉 연계형 보험의 조건 / 66
- 〈표 IV-5〉 규제대상행위 분석 예시 / 68

■ 그림 차례

〈그림 I-1〉 인터넷 블로그를 통한 보험비교견적사이트 안내 사례 / 15

〈그림 I-2〉 보험다모아 자동차보험료 조회 절차 / 17

〈그림 III-1〉 서울행정법원 2013구합62367 판결 사안의 사실관계 / 30

A Study on the Meaning and Scope of Insurance Solicitation

Insurance solicitation activities are strictly regulated by insurance laws and regulations of Korea, however, the relevant laws and regulations do not provide detailed criteria on the meaning and scope of insurance solicitation. Therefore, sometimes it could be difficult to clearly identify which activities constitute insurance solicitation and which activities are a mere introduction or advertising.

Under insurance laws and regulations, insurance solicitation can be performed only by licensed insurance intermediaries (i.e., insurance solicitors, insurance agents and insurance brokers) and further, insurance companies and licensed insurance intermediaries are prohibited from outsourcing insurance solicitation activities to non-licensed person. The violation of the foregoing might be subject to criminal penalty or administrative sanction. In this regard, it could be an significant issue whether a certain activity constitutes insurance solicitation or not.

This study examined the court precedents and regulatory ruling on the meaning and scope of insurance solicitation in Korea, looked into the cases of Japan, the U.S. and the U.K., and further, tried to suggest the key elements of insurance solicitation. We hope this study serves as a forum for discussion on the establishment of legal standards for the meaning and scope of insurance solicitation.

요 약

I. 서론

■ 보험업법은 보험 모집 행위에 대하여 엄격한 규제를 적용하고 있음

- 보험업법상 보험 모집을 할 수 있는 자는 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사, 보험회사의 임직원으로 제한되며, 그 외의 자는 모집 행위를 할 수 없음
 - 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사는 보험업법에 따라 일정한 자격을 갖추고 등록을 해야 하며, 무자격자가 보험 모집을 한 경우에는 형사처벌 대상에 해당함
- 보험회사 및 모집종사자(보험설계사, 보험대리점, 보험중개사)는 무자격자에게 보험 모집을 위탁하거나 모집에 관하여 대가를 지급하는 것이 금지됨
 - 이의 위반 시 보험회사는 과징금 부과 대상에 해당하고, 모집종사자의 경우 과태료 부과 대상에 해당하며 아울러 그 위반 금액에 따라 업무정지나 등록취소 등의 제재를 받을 수도 있음
- 그 밖에도 보험업법은 모집종사자가 보험 모집 행위를 하는 과정에서 준수해야 할 다양한 사항들에 대해 규율하고 있음(설명 의무, 특별이익 제공 금지 등)

■ 그런데 보험업법은 보험 모집에 대해 원론적인 정의 규정만 두고 있을 뿐, 그 구체적인 의미나 범위에 대해서 별도로 자세하게 정하고 있지는 않음

- 보험업법은 보험 모집에 대하여 “보험계약의 체결을 중개하거나 대리하는 것”으로 정의하고 있을 뿐임
 - 보험계약 체결의 “대리”는 대리인이 행한 보험계약 체결 행위의 법률효과를 본인에게 귀속시키는 법률행위이므로 그 의미나 범위가 비교적 명확하다고 볼 수 있음
 - 그러나 보험계약 체결의 “중개”는 보험계약자와 보험회사 사이에서 보험계약이 성립될 수 있도록 힘쓰는 일체의 사실행위를 말하는 것으로서 그 개념이 매우

광범위함

- 이에, 가망고객 발굴에서부터 보험계약 체결에 이르는 일련의 과정 속에서 어떠한 행위가 보험 모집 행위인지, 어떠한 행위가 모집의 정도에는 이르지 않는 단순한 소개·안내 등의 행위인지 명확히 구분하기 어려운 경우가 발생할 수 있음
 - 과거와는 다른 새로운 유형의 마케팅 방법과 채널들이 등장하면서(예: 가격비교사이트 등), 보험 모집 행위와 그에 해당하지 않는 행위의 구분은 더욱 모호해질 수 있음

■ 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 구체적인 기준이 마련된다면 법적 불명확성을 제거·경감시키고 예측가능성을 높일 수 있을 것임

- 보험 모집 행위에 해당하는지 여부에 따라 형사처벌 또는 행정제재의 대상이 될 수도 있기 때문에, 모집에 해당하는지 해당하지 않는지가 중요한 의미를 가질 수 있음

■ 본 연구는 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 국내 판례와 유권해석 사례, 해외 사례 등을 살펴보고 이를 토대로 보험 모집 행위 해당 여부를 판단하기 위한 주요 기준을 제안하였음

II. 보험업법상 보험 모집 행위 등에 대한 규제 내용

- 보험업법상 보험 모집은 보험계약의 체결을 중개하거나 대리하는 것을 의미하는데, 이 중 보험계약 체결 중개의 의미와 관련하여서는 상법상 중개 행위에 대한 해석론을 참고해볼 수 있음
 - 상법상 중개 행위에 대하여 학계에서는 계약의 당사자 쌍방과 교섭하여 그들 간에 계약이 체결되도록 조력하는 행위로서 이는 계약의 성립을 위한 적극적 개입 행위를 의미하는 것이라고 해석하고 있음

- 단순히 당사자 일방에게 거래에 필요한 정보를 제공하거나 거래의 기회를 제공하는 것만으로는 중개에 해당하지 않는다고 봄

■ 보험업법상 보험 모집 행위와 구분되는 행위 유형으로는 모집 광고 행위, 보험계약에 관한 사항의 비교·공시 행위가 있으며, 상담 또는 소개 행위라는 용어를 별도로 사용하고 있는 경우도 있음

- 보험업법은 보험회사 또는 모집종사자가 보험 상품에 관하여 광고를 하는 경우에 준수해야 할 사항들에 대해 별도로 규제하고 있음
 - 보험업법상 규제 대상이 되는 모집 광고 행위는 적어도 보험 상품 보장 내용의 특징이나 보험 상품의 가격 특성 등 보험 상품에 대한 내용을 포함하고 있는 경우를 전제로 함
 - 보험 상품에 대한 내용은 전혀 없이 단순히 보험회사명, 보험 상품명, 브랜드명만을 노출하고 홍보하는 수준의 광고는 보험업법이 전제하는 모집 광고에 해당한다고 보기는 어려울 것임
- 보험업법은 보험계약에 관한 사항의 비교·공시 행위라는 개념을 별도로 인정하고 있음
 - 특히, 보험업법규에 의하면 보험협회, 보험회사나 모집종사자 외의 자가 보험계약에 관한 사항을 비교·공시하는 것도 가능하기 때문에(다만 일정한 요건을 갖출 것이 요구됨), 보험업법은 비교·공시 행위를 보험 모집 행위와는 구분하고 있는 셈임
 - 다만, 모집 자격이 없는 자가 보험계약에 관한 사항을 비교·공시함에 있어서는 보험협회를 통해 제공받은 모든 상품에 대해 비교·공시해야 하며 보험협회를 통해 제공받은 정보만을 비교·공시해야 하는 것으로, 이러한 경우에는 특정 보험계약의 체결을 권유하거나 그 판매를 목적으로 하는 것이라기보다는 소비자에 대한 공정하고 객관적인 정보 제공으로서 기능한다고 보아 정책적으로 인정해준 것으로 이해됨
 - 만약 보험업법상의 요건을 갖추지 못한 비교·공시의 경우라면(예: 모집 자격이

없는 자가 일부 보험회사의 상품들만 비교·공시하는 경우이거나 보험협회에서 제공받은 정보 외에 비교·공시기관의 자의적인 판단이나 추천이 개입되는 경우), 비교·공시하고 있는 특정 보험 상품들에 대한 간접적인 판매 권유가 될 수 있다는 점에서 보험 모집 행위 해당 여부를 개별적으로 검토해볼 필요가 있을 것임

- 또한 보험업법은 금융기관보험대리점(방카슈랑스) 관련 조항에서는 상담 또는 소개라는 용어도 사용하고 있음
 - 금융기관보험대리점은 그 금융기관 소속 임직원이 아닌 자로 하여금 모집을 하게 하면 안 된다고 규정하면서, 나아가 보험계약 체결과 관련된 상담 또는 소개를 하게 하고 상담 또는 소개의 대가를 지급해서는 안 된다는 점을 별도로 명시적으로 규정하고 있는 것임
 - 이와 관련해서는 보험계약 체결과 관련된 상담 또는 소개를 하게 하고 그 대가를 지급하는 것은 모집을 위탁하고 그 대가를 지급하는 것과 동일하게 평가할 수 있는 것이라고 해석하는 입장이 있을 수 있음
 - 이와 반대로 모집과 별도로 상담 또는 소개라는 용어를 사용하고 있는 점을 고려하면, 모집에는 이르지 않는 또는 모집에 해당하는지 여부가 모호한 단순한 상담 또는 소개라는 개념이 있을 수 있다고 해석하는 입장도 있을 것임

Ⅲ. 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 해석

1. 보험 모집 행위에 관한 판례

- 서울행정법원 2015. 5. 28. 선고 2013구합62367 판결에서는 보험 모집 행위에 대해 일응의 판단 기준을 제시하고 있음
 - 위 판결에서는 “어떠한 행위가 모집 행위에 해당하는지 여부는 거래당사자의 보호에 목적을 둔 법 규정의 취지에 비추어 보험계약의 중개 또는 대리하는 자

의 행위를 객관적으로 보아 사회통념상 거래의 알선·중개를 위한 행위라고 인정되는지 여부에 의하여 결정하여야 한다”는 원칙을 제시하였음

- 아울러, 보험 모집 행위에는 ① 보험계약 체결의 권유 등 보험계약의 유인 행위와 ② 보험 상품의 판매를 전제로 하는 보험계약 내용 설명 행위 등이 포함된다고 보았음

○ 한편 모집종사자가 무자격자에게 모집에 관하여 대가를 지급하지 못한다고 규정하고 있는 보험업법 제99조 제2항의 적용 범위와 관련하여, 위 판결에서는 모집 행위 자체뿐만 아니라 모집과 관련한 행위에 대해 대가를 지급하는 것도 금지하는 것이라고 해석하였음

- 그러나 보험업법 제99조 위반 시 제재 대상이 될 수 있는 점 등을 감안하면 그 적용 범위를 지나치게 확대 해석하는 것은 옳지 않을 것이며, 위 조항은 기본적으로 모집에 대한 대가 지급을 금지하는 조항으로 해석하는 것이 타당하다고 생각됨

- 만약 모집 자격이 없는 자에게 모집과 관련한 행위에 대해서 보험계약 체결 실적에 비례하여 대가가 지급된다면 모집 자격 없는 자가 실제로 모집의 정도에 이르는 행위를 시도할 개연성이 높아지기 때문에 이를 방지하여야 한다는 정책적 필요성이 있다면, 그 경우에는 모집과 관련한 행위, 또는 상담이나 소개 등의 행위에 대하여 대가를 지급하는 것을 금지하는 별도의 명시적 조항을 두는 입법적 방법에 의하는 것이 타당할 것임

2. 보험 모집 행위에 관한 금융위원회 유권해석 사례

■ 보험계약 체결 실적에 비례한 광고비 지급 사안과 관련하여, 최근 금융위원회는 행위의 실질에 따라 모집 행위 여부를 판단하는 입장인 것으로 이해됨

○ 어떠한 행위에 대해 보험계약 체결 실적에 비례하여 대가가 지급된 경우 과거 금융위원회는 실질적으로 모집에 따른 이익을 배분하는 경우라고 보아 보험업법 제99조 위반에 해당한다고 해석하는 경향이 있었음

○ 그러나 최근에는 행위의 실질이 '모집'이 아닌 '광고'라면, 보험계약 체결 실적에 비례하여 광고 수수료가 지급되는 경우라 하더라도 이는 '모집'에 대한 대가가 아니라 '광고'에 대한 대가이므로 보험업법 제99조에 위반되지 않는다고 해석하고 있음

- 이와 관련하여, 인터넷 포털에서 배너 광고 등을 단순히 게시하는 것은 보험계약을 직·간접으로 체결하거나 특정인에 대해 개별적으로 보험가입을 유도하는 적극적이고 개별적인 행위 요소가 없기 때문에 '모집'이 아닌 '광고'에 해당한다고 판단함

○ 이처럼 행위의 실질에 따라 모집 대가인지 광고 대가인지를 구분하는 것이 타당하다고 생각됨

- 물론 어떠한 행위에 대해 보험계약 체결 실적에 비례한 대가가 지급되는 경우 행위자로서는 실질적으로 보험 가입 권유까지 하게 될 개연성이 높아지므로 이를 규제할 필요성이 있다고도 볼 수 있을 것임

- 그러나 실제로 가입 권유가 발생한 경우에 이를 무자격 모집 행위로 규율하면 될 것이고, 만약 정책적으로 이를 사전에 방지하고자 한다면 광고나 소개 등의 대가를 보험계약 체결 실적에 비례하여 산정하는 것을 입법적으로 금지하는 방법에 의할 것이지, 단지 보험계약 체결 실적에 비례하여 대가가 산정되었다는 사실만으로 해당 행위의 성격 자체를 모집으로 단정하는 것은 타당하지 않을 수 있음

■ 지인 소개나 추천 행위와 관련해서는 기존의 유권해석들은 그에 대해 대가가 지급되는 경우에는 모집 행위에 해당될 소지가 크다고 보고 있음

○ 기존 보험계약자 또는 SNS 이용자 등이 지인을 보험회사에 소개하거나 지인에게 보험 상품을 추천하여 보험계약이 체결된 경우 해당 보험계약자 등에 대하여 수수료를 지급하는 행위에 대하여, 이는 모집 행위에 해당될 소지가 크다고 판단하였음

- 특히 금융기관보험대리점에 대한 조항인 보험업법 제83조 제2항에서 모집 금

- 지와 함께 보험계약 체결과 관련한 상담 또는 소개를 하게 하고 상담 또는 소개의 대가를 지급하는 행위를 금지하고 있는 점을 근거의 하나로 제시하고 있음
- 그러나 소개나 추천이라는 이름하에 수많은 다양한 행위들이 이루어질 수 있는 것이므로, 해당 사안에서 행해진 행위의 실질을 살펴서 과연 모집에 해당하는 정도의 행위가 있었는지를 엄밀히 따져볼 필요가 있다고 생각함
 - 특정 보험 상품에 대한 추천이나 권유 등이 개입된 경우라면 모집에 해당할 수 있겠지만, 만약 특정 보험 상품에 대한 설명이나 가입 권유가 전혀 없이 단순히 지인을 보험회사나 모집종사자에게 소개하거나 지인의 정보를 전달한 정도의 경우라면, 과연 해당 행위의 실질을 모집으로 보아야 하는지는 의문임
 - 특히 금융위원회가 금융기관보험대리점에 대한 조항인 보험업법 제83조 제2항을 근거로 들면서 소개나 추천에 대해 대가가 지급된 경우에는 모집에 해당한다고 쉽게 결론 내리는 것에는 동의하기 어려움

IV. 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 해외 사례

1. 일본

- 일본에서는 금융청(金融庁)의 감독지침을 통해 보험 모집 행위의 유형에 대하여 설명하고 있음
- 일본 금융청의 「보험회사에 대한 종합적인 감독지침」에 의하면 보험 모집 행위는 ① 보험계약 체결의 권유, ② 보험계약 체결의 권유를 목적으로 한 보험 상품의 내용 설명, ③ 보험계약 신청의 수령, ④ 기타 보험계약 체결의 대리 또는 매개라는 네 가지 유형으로 살펴볼 수 있음
- 위 ④의 '기타 보험계약 체결의 대리 또는 매개'에 해당하는지 여부는, 보험회사 또는 보험모집인 등으로부터 보수를 받는 경우나 보험회사 또는 보험모집인과 자본 관계를 가지는 경우 등 보험회사 또는 보험모집인이 행하는 모집 행위와

일체성·연속성을 추측하도록 하는 사정이 있을 것과 구체적인 보험 상품을 추천·설명할 것이라는 두 가지 요건에 비추어 종합적으로 판단함

■ 한편 일본 금융청은 2015년에 ‘모집 관련 행위’라는 개념을 새롭게 도입하였다는 점을 주목할 만함

- 잠재고객의 발굴에서부터 보험계약의 체결에 이르는 일련의 과정에서 잠재고객의 소개나 비교사이트 운영 등 반드시 모집에 해당하는지가 명확하지 않은 행위를 보험모집인 이외의 자가 수행하는 사례가 증가함에 따라, 모집에는 해당하지 않지만 어느 정도 규율 대상으로 할 필요는 있는 행위들을 ‘모집 관련 행위’라는 새로운 개념으로 인식하는 것임
- 금융청 감독지침상 ‘모집 관련 행위’란, ‘잠재고객의 발굴에서부터 계약 성립에 이르기까지 넓은 의미에서의 보험 모집 프로세스 중에서 보험 모집에 해당하지 않는 행위’로 정의됨
 - 보험 상품의 추천·설명을 하지 않고 잠재고객의 정보를 보험회사 또는 보험모집인에게 제공할 뿐인 행위, 비교사이트 등 상품 정보의 제공을 주된 목적으로 한 서비스 중 보험회사 또는 보험모집인으로부터의 정보를 전재(옮겨 싣는 것) 하는 것에 그치는 행위가 모집 관련 행위에 해당할 수 있음
- 모집 관련 행위나 모집 관련 행위자에 대해 별도의 규제는 없으나, 제3자에게 모집 관련 행위를 위탁하는 보험회사나 보험모집인에 대하여 적절한 관리·감독 의무를 부과하고 있음
 - 보험회사나 보험모집인이 모집자격 없는 제3자에게 모집 관련 행위를 위탁하는 경우에, 보험회사나 보험모집인으로서의 해당 모집 관련 행위자가 보험모집이나 특별이익 제공 등 모집 규제 잠탈 행위를 하지는 않는지, 잘못된 상품 설명 등을 하지는 않는지 등을 관리·감독하라는 것임

2. 미국

- 미국에서는 전미보험감독자협의회(NAIC)의 「보험모집인 면허 모델법」에서 보험 모집 행위에 대하여 정의하고 있음
 - 보험모집인 면허 모델법에 의하면 보험을 판매, 판매권유 또는 교섭하기 위해서는 라이선스가 필요함
 - 보험의 판매란 ‘보험회사를 대신하여 어떠한 대가를 받고 보험계약을 교환하는 것’, 보험의 판매권유란 ‘보험의 판매를 시도하거나 또는 어떤 사람으로 하여금 특정 회사의 특정 종류의 보험에 청약하도록 요청 또는 설득하는 행위’, 보험의 교섭이란 ‘특정 보험계약의 급부나 계약조건에 관하여 보험계약자 또는 가망고객과 직접 상의하거나 그들에게 직접 조언을 제공하는 행위로서, 다만 해당 행위를 하는 자가 직접 보험을 판매하거나 보험계약자를 위하여 보험회사로부터 보험을 조달해오는 경우’를 의미함
 - 또한 NAIC는 보험모집인 면허 모델법 실무지침을 마련하여 모집 행위와 보험 모집인 라이선스가 필요하지 않은 단순 사무 행위에 대해 구체적으로 예를 들어 설명하고 있음
 - 이에 의하면 보험계약 조건에 대한 언급 없이 일반적인 정보만 제공하는 행위, 보험모집인에게 전달하기 위해 보험계약자로부터 정보를 수령하고 기록하는 행위 등은 모집에 해당하지 않는다고 봄
- 한편 모집에 해당하지 않는 소개 행위를 보험모집인 라이선스가 없는 자가 수행하는 경우에 그에게 지급하는 소개비와 관련하여 별도의 규제를 하고 있는 주들도 있음
 - 예를 들어 뉴욕주 보험법에 의하면 모집의 정도에 이르지 않고 특정 보험 상품의 계약 조건에 대한 논의를 포함하지 않는 단순한 소개 행위의 경우에도, 그 소개에 대한 대가를 보험계약 체결 실적에 기초하여 산정하는 것이 금지됨

3. 영국

■ 영국의 「규제대상행위에 대한 명령」에서는 보험 모집 관련 규제대상행위의 구체적 유형에 대하여 정하고 있음

- 영국 금융서비스시장법에 의하면 영국 내에서 규제대상행위를 영업으로 수행하기 위해서는 인가를 받거나 인가 면제 대상에 해당해야 함
- 「규제대상행위에 대한 명령」에서는 규제대상행위의 구체적 유형을 정하고 있는데, 보험 모집 등과 관련해서는 ① 대리인으로서 보험계약을 취급하는 행위, ② 보험계약에 대한 거래를 주선하는 행위, ③ 보험계약의 관리 및 이행을 지원하는 행위, ④ 보험계약에 관하여 조언하는 행위 및 ⑤ 위 행위들을 약정하는 행위가 규제대상행위에 포함됨

■ 영국 금융감독당국(FCA)은 세부 지침을 마련하여 위 각 규제대상행위 유형에 해당하는지 여부에 대한 구체적 판단 기준을 제공하고 있음(PERG, Chapter 5, 「Guidance on the Insurance Mediation Activities」)

- 보험계약에 대한 거래를 주선하는 행위 자체가 규제대상행위에 해당하기 때문에, 원칙적으로 규제대상행위에 포함되는 범위가 비교적 넓은
 - 보험모집인에게 고객을 소개시켜 주는 행위, 보험계약에 관한 정보를 제공하는 행위, 잠재적 보험계약자가 청약서를 작성하는 것을 도와주는 행위, 가격비교 사이트에서 보험회사 또는 모집인의 링크를 제공하여 고객이 보험계약을 체결할 수 있는 수단을 제공하는 행위 등도 원칙적으로는 규제대상행위의 범위에 포함될 수 있음
- 다만 이러한 규제대상행위를 영업으로서 수행하는 경우만을 규제하고 있으며, 아울러 다양한 예외사유나 면제사유도 함께 두고 있음
 - 예컨대 보험 모집 행위가 아닌 본업을 수행하면서 해당 본업에 부수하여 보험계약자 또는 잠재적 보험계약자에게 정보를 제공하는 경우, 당사자들이 의사소통할 수 있는 수단만을 제공하는 경우 등은 예외사유에 해당함

V. 보험 모집 행위의 범위 확정

- 어떠한 행위가 보험 모집 행위에 해당하는지에 대한 판단 기준을 정함에 있어서는, 행위의 실질, 규제 필요성, 법체계와의 정합성 등을 고려하여야 할 것임
 - 우선 해당 행위를 객관적으로 보았을 때 사회통념상 보험계약의 성립을 위한 적극적 개입 행위가 있었다고 볼 수 있는지를 살펴야 할 것임
 - 판례에서 제시하고 있는 보험 모집 해당 여부 판단 기준 및 상법상 중개 행위에 대한 해석론을 참고한 것임
 - 해당 행위가 모집 자격을 갖춘 자에 의해 적정하게 수행되지 않았을 경우에 불완전판매 등 소비자 피해가 발생할 우려가 있는지도 고려할 필요가 있음
 - 불완전판매 방지와 소비자 보호라는 모집 규제의 입법 취지를 해하지 않는 적정한 수준으로 모집 행위의 의미와 범위를 정하는 것이 필요할 것임
 - 또한 보험업법상 보험 모집 행위 및 모집과 구분되는 행위 유형들에 대한 규정의 체계 및 내용에 부합하는지도 함께 고려해야 할 것임
 - 예를 들어 보험업법규에서는 보험계약에 관한 비교·공시 행위에 대해서는 모집 행위와 구분하고 있으므로, 법규상 요건을 갖춘 비교·공시 행위에 대해서는 모집에 해당하지 않는 것으로 보아야 할 것임

- 위 사항들을 고려하여 보험 모집에 해당한다고 볼 수 있는 핵심적인 유형으로서 ① 보험계약 내용의 설명 행위, ② 보험계약 체결의 권유 행위, ③ 기타 특정 보험계약 체결을 위한 적극적 개입 행위로서 보험 모집 자격이 있는 자가 행하지 아니하면 소비자 피해가 생길 우려가 있는 행위를 제안함
 - 아울러, 보험 모집 행위에 해당하기 위해서는 기본적으로 특정 보험 상품, 또는 적어도 특정 보험회사의 특정 종류의 보험을 전제로 하는 경우여야 한다고 보는 것이 타당할 것임
 - 만약 특정 보험회사의 특정 종류의 보험이 아니라 일반적으로 어떠한 종류의 보험이 필요하다는 정도의 설명이나 권유라면, 거래의 상대방이나 거래의 대상

이 구체적으로 확정되지 않은 상태이기 때문에 계약의 당사자 쌍방과 교섭하여 계약의 성립을 위한 적극적 개입 행위를 했다고 보기는 어려울 것임

■ 보험 모집과의 경계가 모호할 수 있는 사안을 예로 들어 보험 모집 해당 여부를 판단해보면 다음과 같음

- 비교사이트 운영의 경우, 우선 보험업법규에 따라 요건을 갖추어 행해지는 비교·공시의 경우에는 모집 행위에 해당하지 않을 것임
- 보험업법규에 따른 비교·공시에는 해당하지 않는 비교사이트의 경우(예컨대 보험협회를 통해 제공받은 모든 보험 상품에 대해 비교하는 것이 아니라 비교사이트와 제휴 계약을 체결한 일부 보험회사들의 상품에 대한 비교 정보만 제공하는 경우)에는, 비교사이트의 구성이나 게시 내용, 방식 등을 종합적으로 고려하여 모집 해당 여부를 판단해야 할 것임
 - 예컨대 비교사이트 운영자의 주관이나 판단이 개입하여 특정 보험 상품을 추천하거나 우선하는 듯한 표시를 하거나 특정 보험 상품의 선택에 영향을 미칠 수 있는 의견이나 가치 판단을 포함하고 있는 경우 등이라면 특정 보험 상품의 추천이나 가입 권유로서 모집에 해당할 가능성이 있을 것임
- 지인 소개·추천의 경우에는 특정 보험 상품 또는 특정 보험회사의 특정 종류의 보험 상품을 추천하거나 설명하는 행위가 개입되었는지 여부에 따라 달리 판단할 수 있을 것임
- 보험가입상황 진단 및 보험 추천 서비스의 경우에도, 특정 보험 상품 또는 특정 보험회사의 특정 종류의 보험 상품을 추천하는 것인지 아니면 일반적으로 어떠한 종류의 보험이 필요하다고 추천하는 정도인지에 따라 달리 판단할 수 있을 것임

■ 그 밖에 입법론으로서 일본처럼 모집 관련 행위라는 개념을 새롭게 도입하는 방안, 미국 뉴욕주처럼 소개비 지급과 관련하여 별도의 명시적 규제를 도입하는 방안 등을 고려해볼 수 있을 것임

I. 서론

1. 연구배경

보험업법은 일정한 자격 요건을 갖춘 자에 대해서만 보험 모집을 할 수 있도록 허용하고 있다. 보험 모집을 할 수 있는 자를 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사, 보험회사의 임원 또는 직원으로 제한하고, 그 외의 자는 보험 모집을 할 수 없도록 금지하고 있는 것이다(보험업법 제83조 제1항). 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사는 보험업법에 따라 일정한 자격 요건을 갖추고 등록을 해야 하며, 모집 자격이 없는 자가 보험 모집을 한 경우에는 1년 이하의 징역 또는 1천만 원 이하의 벌금 대상에 해당한다(보험업법 제204조 제1항 제2호).

또한 보험회사는 보험 모집 자격이 없는 자에게 모집을 위탁하거나 모집에 관하여 수수료, 보수, 그 밖의 대가를 지급하는 것이 원칙적으로 금지된다(보험업법 제99조 제1항). 보험회사가 이를 위반하여 모집 자격이 없는 자에게 모집을 위탁한 경우에는 해당 보험계약 수입보험료의 50% 이하의 과징금이 부과될 수 있다(보험업법 제196조 제1항 제3호).

모집종사자의 경우에도 모집 자격이 없는 자에게 모집을 하게 하거나 모집에 관하여 수수료, 보수, 그 밖의 대가를 지급해서는 안 된다(보험업법 제99조 제2항).¹⁾ 이를 위반한 경우 과태료 부과 대상에 해당할 수 있고(보험업법 제209조 제1항 제4호, 제5

1) 모집에 종사하는 자는 다음의 경우를 제외하고는 타인에게 모집을 하게 하거나 모집에 관하여 수수료, 보수, 그 밖의 대가를 지급하지 못함

- ① 보험설계사: 같은 보험회사에 소속된 다른 보험설계사에 대한 경우
- ② 보험대리점: 같은 보험회사와 모집에 관한 위탁계약이 체결된 다른 보험대리점이나 소속 보험설계사에 대한 경우
- ③ 보험중개사: 다른 보험중개사나 소속 보험설계사에 대한 경우

항 제7호 및 제11호), 나아가 보험설계사, 보험대리점 등은 그 위반 금액(무자격자에게 지급한 수수료 금액)에 따라 업무정지나 등록취소 등의 제재를 받게 될 수도 있다.

〈표 I-1〉 무자격자에 대한 보험 모집 위탁 및 수수료 지급에 대한 제재 기준

위법·부당 규모 ²⁾		제재양정
개인(금액)	기관(비율)	
10억 원 이상	7% 이상	등록취소
1억 원 이상	4% 이상	업무정지 180일
5,000만 원 이상	3% 이상	업무정지 90일
3,000만 원 이상	2% 이상	업무정지 60일
3,000만 원 미만	2% 미만	업무정지 30일 또는 경고·주의

자료: 금융감독원, 「금융기관 검사 및 제재에 관한 규정 시행세칙」, 〈별표 3〉 “금융업종별·위반유형별 제재양정 기준”, IV-2

한편 보험업법은 보험 모집의 개념에 대하여 “보험계약의 체결을 중개하거나 대리하는 것을 말한다”라고 정의하고 있을 뿐(보험업법 제2조 제12호), 그 구체적인 의미나 범위, 판단 기준에 대해서 별도로 자세하게 정하고 있지는 않다. 그러다보니 개별 사안에서 보험업법의 규제를 받는 보험 모집 행위와, 보험 모집의 정도에는 이르지 않는 단순한 소개, 안내, 추천 등의 행위를 구분하기 어려운 경우가 발생할 수 있다.

일반적으로 보험계약이 체결되는 과정은, 우선 다양한 방법을 통하여 보험에 가입할 수 있는 가망고객을 찾아내고, 해당 고객과 접촉하여 보험 가입을 유도하고, 보험

2) ① ‘개인’은 보험설계사, 개인 보험대리점·보험중개사, 법인 보험대리점·보험중개사 소속 보험설계사 등 개인의 위법·부당행위에 대해 적용하며, ‘기관’은 법인 보험대리점·보험중개사 등 모집조직에 대해 적용함

② 위법·부당비율=(위법·부당 금액)÷(수입수수료)×100

③ 위법·부당 금액은 무자격자에게 지급한 수수료·수당 금액으로 함(영업범위별로 구분함)

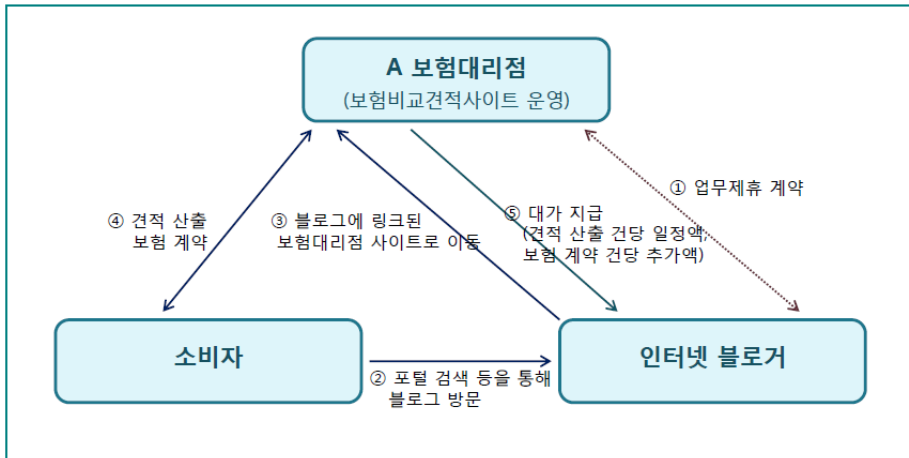
④ 수입수수료는 검사대상기간 동안의 해당 영업범위 수입수수료의 누적액으로 함. 다만 검사대상기간이 12개월 미만인 경우 연환산한 금액을 적용하고, 위반기간이 검사대상기간을 초과하는 경우에는 위반기간을 기준으로 적용함

⑤ 영업범위는 보험업법 제31조에 따라 생명보험, 손해보험, 제3보험으로 구분함. 다만 생명보험회사가 판매하는 제3보험은 생명보험에, 손해보험회사가 판매하는 제3보험은 손해보험에 포함하여 산정함

상품의 구체적 내용을 고객에게 설명하고, 고객으로부터 청약을 받고, 보험회사가 인수 심사를 하여 승낙을 하고 보험증권을 송부하는 등 여러 단계를 거쳐서 이루어지게 된다.

이러한 일련의 과정을 모두 보험 모집으로 규제해야 하는 것인지, 이 중에서 어떠한 행위가 보험업법상의 보험 모집 행위에 해당하는 것인지, 어떠한 행위는 보험 모집의 정도에는 이르지 않는다고 볼 수 있는 것인지, 명확하지 않을 수 있는 것이다. 구체적 사안을 예로 들어 살펴보겠다.

〈그림 I-1〉 인터넷 블로그를 통한 보험비교견적사이트 안내 사례



한 보험대리점이 인터넷 블로거들과 업무제휴 계약을 체결하고, 블로거들로 하여금 자신의 블로그를 통해 보험비교견적사이트(해당 보험대리점이 운영하는 사이트임)를 안내하고 링크를 게시하게 하였다. 해당 블로그를 방문한 인터넷 이용자들이 블로그에 게시된 링크를 통해 보험대리점의 비교견적사이트로 이동하여 보험료 견적을 산출해 본 경우 보험대리점은 블로거들에게 견적 산출 건당 일정액의 수수료를 지급하였으며, 견적 산출에서 나아가 실제로 보험계약 체결까지 성사된 경우에는 보험대리점이 보험계약 체결 건당 추가 수수료를 블로거들에게 지급한 사안이다.

위 사안에 대하여 감독당국은, 보험대리점이 블로거들에게 보험계약 체결 건당 추

가 수수료를 지급한 것은 ‘보험대리점은 같은 보험회사와 모집에 관한 위탁계약이 체결된 다른 보험대리점이나 소속 보험설계사 이외에는 타인에게 모집을 하게 하거나 그 위탁을 하거나 모집에 관하여 수수료·보수나 그 밖의 대가를 지급하여서는 아니 된다’고 규정하고 있는 보험업법 제99조 제2항에 위반된다고 판단하였고, 이에 해당 보험대리점은 기관경고 및 과태료 제재를 받게 되었다.³⁾

이에 대하여, 인터넷 블로거가 자신의 블로그에 보험대리점이 운영하는 보험비교견적사이드를 안내하고 링크를 게시한 정도의 행위를 보험업법상 보험 모집 행위로 보는 것이 과연 타당한 것인가라는 의문이 제기될 수 있다.⁴⁾ 특정 보험 상품의 내용이나 계약 조건 등에 대해 구체적으로 설명하거나 보험계약 체결을 유인한 것이 아니고 단지 불특정 다수인이 방문하는 블로그에 보험대리점의 보험비교견적사이드를 게시하고 안내한 정도라면, 이는 단순한 홍보 또는 광고 수준이지 보험 모집의 정도에는 이르지 않는다고 보는 견해도 있을 수 있는 것이다.

한편 최근에는 인터넷 포털과 ‘보험다모아’ 간 연계를 통해 인터넷 포털 사이트에서 자동차보험료 비교·조회 서비스를 제공하고 나아가 보험회사의 다이렉트 홈페이지로의 링크까지 게시하기도 하였는데, 이러한 행위에 대해서는 보험 모집 행위에 해당한다고 보지 않았다.⁵⁾

3) 금융감독원 검사결과제재 공시

(http://www.fss.or.kr/fss/kr/bsn/announce/openinfo_view.jsp?req_page=null&exam_mgmt_no=201300600&em_open_seq=1&SearchText=&StartDate=20150101&EndDate=20150108&openContent=)

4) 한편 위 보험대리점 사건과 관련하여, 인터넷 블로거들의 행위 자체를 보험 모집 행위로 본 것은 아니고, 다만 그 행위에 대해 보험대리점이 대가를 지급한 것을 규제한 것이라고 보는 견해도 있을 수 있음. 즉, 보험업법 제99조의 적용 범위와 관련하여, ‘모집 행위’ 자체에는 해당하지 않더라도 ‘모집과 관련한 행위’에 대해 대가를 지급하는 것까지 모두 금지하는 취지로 해석하는 입장도 있을 수 있는 것임

5) 금융위원회 보도자료(2017. 8. 19), “「보험다모아」를 잘 모르시던 국민들께서도 보다 손쉽게 저렴한 보험에 가입하실 수 있습니다”

〈그림 I-2〉 보험다모아 자동차보험료 조회 절차

① 자동차보험 연관검색어 입력

② 자동차 보험료 비교해보기 클릭

① '다음'검색창에서 보험다모아 또는 자동차보험 연관검색어* 입력

* 자동차보험, 자동차보험료, 다이렉트자동차, 다이렉트자동차보험료, 인터넷자동차보험, 신규자동차보험, 보험다모아, 보험다모아 자동차보험료 등

② 검색결과 화면 우측 상단의 '자동차 보험료 비교해보기' 클릭

③ 개인정보 입력 → 보험가입 조건 및 할인특약 선택

④ 보험회사별 자동차보험료 비교 후 원하는 보험회사 선택

⑤ 보험회사 홈페이지로 이동(링크)하여 계약 체결 완료

자료: 금융위원회 보도자료(2017. 8. 19)

이와 관련하여, 인터넷 블로그에 보험대리점의 비교견적사이트 링크를 게시한 행위와, 인터넷 포털에서 보험료 비교·조회 서비스를 제공하고 보험회사의 링크를 게시하는 행위를 달리 취급하는 근거는 과연 무엇이나는 의문도 생길 수 있을 것이다.

과거와는 다른 새로운 유형의 마케팅 방법과 채널들이 등장하면서, 보험 모집 행위와 그에 해당하지 않는 행위의 구분은 더욱 모호해질 수 있다. 특히 최근에는 IT 플랫폼 기반의 서비스 제공이 급속히 확대되면서 보험회사가 그러한 플랫폼을 이용하여 가망 고객을 발굴하고 고객 정보를 확보하는 경우도 증가하고 있는데, 이러한 업무 구조 등에 있어서 과연 어떠한 행위까지 보험 모집 행위로서 규율을 받는 것인지에 대해 그 범위를 확정할 필요성이 있다고 생각된다.

보험 모집 행위에 해당하는 경우에는 모집 자격이 없는 자가 이를 행하는 것이 금지

되고 보험회사나 모집종사자가 모집 자격이 없는 자에게 이를 위탁하고 대가를 지급하는 것도 금지되며, 모집에 해당하는지 여부에 따라 형사처벌 또는 행정제재의 대상이 될 수 있기 때문에, 어떠한 행위가 보험 모집 행위에 해당하는지 여부가 중요한 의미를 가질 수 있는 것이다. 그런데 앞서 살핀바와 같이 현행 보험업법에서는 보험 모집의 의미에 대하여 “보험계약의 체결을 중개하거나 대리하는 것”이라는 원론적인 정의 규정만 두고 있을 뿐 세부적인 기준을 정하고 있지 않기 때문에, 개별 사안에서 보험 모집 행위에 해당하는지 여부를 판단할 수 있는 기준을 마련할 필요가 있어 보인다. 이에 본 연구에서는 보험 모집 행위의 범위를 어디까지로 보는 것이 타당할지에 대하여 검토해보고자 한다.

2. 연구방법

본 연구에서는 우선 보험업법상 보험 모집 행위 등에 대한 규제 내용을 살펴보고, 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 관한 그 동안의 판례와 유권해석 사례들을 분석해본다. 아울러 보험업법상 보험 모집 행위 외에 기타 금융 관련 법규상 권유 행위 등에 관한 판례나 유권해석 사례들도 살펴보고, 나아가 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 관하여 참고할 수 있는 해외 사례를 조사한다.

그리고 이러한 내용을 토대로, 보험 모집 행위와 보험 모집 행위에 해당하지 않는 행위를 구분하기 위한 주요 기준을 제안해보고, 이러한 기준에 비추어 보험 모집과 구분이 모호할 수 있는 사례들을 분석해 보고자 한다.

II. 보험업법상 보험 모집 행위 등에 대한 규제 내용

본 장에서는 보험업법상 보험 모집의 의미, 모집에 대한 규제 내용을 살펴보고, 또한 보험업법상 보험 모집 행위와 구분될 수 있는 행위 유형들에 대한 규정 내용도 함께 살펴보도록 한다.

1. 보험 모집 행위

가. 보험업법상 보험 모집의 의미

보험업법은 “모집”에 대하여 “보험계약의 체결을 중개하거나 대리하는 것”이라고 정의하고 있다(보험업법 제2조 제12호).

여기서 보험계약 체결의 중개란 보험계약자와 보험회사 사이에서 보험계약이 성립될 수 있도록 힘쓰는 일체의 사실행위를 말하며, 보험계약 체결의 대리는 보험대리점 등 대리인이 본인인 보험회사를 위하여 보험계약을 체결하는 행위이고 그 경우 계약 체결의 효과가 보험회사에 직접 귀속된다.⁶⁾

보험계약 체결의 대리는 법률 효과를 본인에게 귀속시키는 법률행위이므로 그 의미나 범위가 비교적 명확하다고 볼 수 있지만, 보험계약 체결의 중개 행위는 보험계약이 성립될 수 있도록 힘쓰는 일체의 사실행위로서 그 개념이 매우 광범위하기 때문에 어디까지를 중개 행위로 보아야 할지 그 경계를 설정하는 것이 쉽지 않을 수 있다.⁷⁾

6) 정찬형(2007); 한기정(2017); 정채웅(2017); 성대규·안종민(2015)

7) 이성남(2017)

중개 행위의 의미와 관련해서는 상법상 중개 행위에 대한 해석도 참고해볼 수 있을 것이다.⁸⁾ 상법상 일정한 상인을 위하여 상업사용인이 아니면서 상시 그 영업부류에 속하는 거래의 대리 또는 중개를 영업으로 하는 자를 대리상이라고 하고(상법 제87조), 타인 간의 상행위의 중개를 영업으로 하는 자를 중개인이라고 하는데(상법 제93조), 위 조항에서의 ‘중개’의 의미와 관련하여 학계에서는 중개란 계약의 당사자 쌍방과 교섭하여 그들 간에 계약이 체결되도록 조력하는 행위로서, 이는 계약의 성립을 위한 적극적 개입 행위를 의미하는 것이며, 단순히 당사자 일방에게 거래에 필요한 정보를 제공하거나 거래의 기회를 제공하거나 당사자 간의 합의를 문서화하는 단계에서 계약서의 작성만을 대행해 주는 행위는 중개에 해당하지 않는다고 해석하고 있다.⁹⁾

한편 보험업감독규정 제7-45조 제2항에서는 보험회사 또는 모집종사자가 보험 모집의 각 단계별로 보험계약자에게 제공해야 하는 서류들에 대하여 규정하고 있는데, 이에 의하면 보험 모집의 단계를 ① 보험계약 체결 권유 단계, ② 보험계약 청약 단계, ③ 보험회사가 보험계약을 승낙하는 단계, ④ 보험계약이 유지되는 단계의 4단계로 구분하여 파악하고 있다.

〈표 II-1〉 보험 모집 단계별 제공 서류

보험계약 체결 권유 단계	• 상품설명서 • 변액보험(퇴직연금실적배당보험 포함)의 경우 변액보험운용설명서
보험계약 청약 단계	• 보험계약청약서 부분 • 보험약관
보험회사의 승낙 단계	• 보험증권
보험계약 유지 단계	• 1년 이상 유지된 계약에 대하여 보험계약관리내용(변액보험 및 퇴직연금실적배당보험의 경우 분기별 1회 이상, 그 외의 보험의 경우 연 1회 이상)

자료: 보험업감독규정 제7-45조 제2항

8) 민법에서는 중개에 관한 별도의 규정을 두고 있지 않음. 다만 2013년 법무부가 마련한 민법 개정시안에서는 민법상 계약의 유형의 하나로 중개계약에 대해 규정하는 내용을 포함하고 있는데, 이에 의하면 중개에 대해 “중개는 당사자 일방이 상대방에 대하여 계약 체결의 기회를 소개하거나 계약 체결을 알선할 것을 의뢰하고 상대방이 이를 승낙함으로써 그 효력이 생긴다”라고 정의하고 있음. 개정시안에 대해서는 아직까지 논의가 진행 중이며 입법화가 지연되고 있음

9) 이철송(2016); 손주찬(2007)

나. 보험업법상 보험 모집에 대한 규제 내용

보험업법은 보험 모집을 할 수 있는 자를 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사, 보험회사의 임원 또는 직원으로 제한하고 있으며(보험업법 제83조), 보험설계사, 보험대리점, 보험중개사는 보험업법에 따라 일정한 자격 요건을 갖추고 금융위원회에 등록을 해야 한다.¹⁰⁾

이와 같이 보험을 모집할 수 있는 자의 자격을 제한한 것은, 아무에게나 보험 모집을 허용할 경우 보험 모집을 빙자한 사기 행위 또는 보험료 횡령 행위가 빈발할 수 있고 보험 상품의 내용에 대한 설명이 제대로 이루어지지 않아 불완전판매가 발생할 우려가 있기 때문에 일정한 자격 요건을 갖춘 전문가로 하여금 보험 상품에 대해 제대로 설명하고 판매하도록 함으로써 소비자 피해를 방지하기 위한 취지에서이다.¹¹⁾

한편 무자격자에 의한 보험 모집을 방지하기 위해서는, 모집 행위를 하는 본인을 규제하는 것에서 나아가 보험회사나 모집종사자가 무자격자에게 보험 모집을 위탁하거나 보험 모집 행위에 대한 대가를 지급하는 것 또한 금지할 필요가 있다.¹²⁾ 이에 보험업법에서는 보험회사나 모집종사자가 보험 모집 자격이 없는 자에게 모집을 위탁하거나 모집에 관하여 수수료, 보수, 그 밖의 대가를 지급하는 것을 금지하는 조항을 별도로 두고 있다(보험업법 제99조).

그 밖에도 보험업법은 모집종사자가 보험 모집 행위를 하는 과정에서 준수하여야 할 사항들에 대하여 규정하고 있다. 보험 상품의 불완전판매로 인한 소비자 피해를 방지하고, 정보의 비대칭성 문제를 해소하며, 불공정한 거래 및 과당경쟁을 막고 건전한 모집 질서를 확립하기 위한 것이다.¹³⁾ 예를 들어, 보험업법은 모집을 위하여 사용하는 보험안내자료 기재사항에 관하여 규제하고 있으며(보험업법 제95조), 보험회사 또는 모집종사자로 하여금 일반보험계약자에게 보험계약 체결을 권유하는 경우에 보험계

10) 보험설계사 및 보험대리점의 등록업무는 보험협회에, 보험중개사의 등록업무는 금융감독원장에게 위탁되어 있음(보험업법 제84조, 제87조, 제89조 및 제194조)

11) 정찬형(2007); 이성남(2017)

12) 정찬형(2007)

13) 이성남(2017)

약의 중요 사항을 설명하도록 의무를 부과하고 있다(보험업법 제95조의2). 또한 모집종사자가 보험 상품의 내용을 사실과 다르게 알리거나 중요한 사항을 알리지 않는 행위, 보험 상품의 내용의 일부에 대하여 비교의 대상 및 기준을 분명하게 밝히지 아니하거나 객관적인 근거 없이 다른 보험 상품과 비교하여 그 보험 상품이 우수하거나 유리하다고 알리는 행위, 기존 보험계약을 부당하게 소멸시킴으로써 새로운 보험계약을 청약하게 하는 행위(이른바 승환계약), 다른 모집종사자의 명의를 이용하여 보험계약을 모집하는 행위 등을 금지하고 있으며(보험업법 제97조), 보험계약의 체결 또는 모집에 종사하는 자가 그 체결 또는 모집과 관련하여 보험계약자나 피보험자에게 특별이익을 제공하거나 제공하기로 약속하는 행위 또한 금지하고 있다(보험업법 제98조).

2. 모집 광고 행위

보험업법은 보험회사 또는 모집종사자가 보험 상품에 관하여 광고를 하는 경우에 준수해야 할 사항들에 대해서도 별도로 규제하고 있다(보험업법 제95조의4 및 동법 시행령 제42조의4).

우선, 보험회사 또는 모집종사자가 보험 상품에 관하여 광고를 하는 경우에 해당 광고에 반드시 포함하여야 할 사항이 있다(보험계약 체결 전에 상품설명서 및 약관을 읽어볼 것을 권유하는 내용, 보험회사 및 보험 상품의 명칭, 주계약 및 특약별 보험료 예시, 주계약 및 특약별로 보장하는 주요 위험 및 보험금 예시, 해약환급금 예시, 지급한도·면책사항 등 보험금 지급 제한 조건 등). 또한 보험회사 또는 모집종사자가 보험 상품에 관하여 광고를 하는 경우에 해서는 안 되는 금지사항에 대해서도 정하고 있는데, 보험금 지급 한도나 면책사항 등을 충분히 고지하지 아니하여 제한 없이 보험금을 수령할 수 있는 것으로 오인하게 하는 행위, 보장금액이 큰 특정 내용만을 강조하는 행위, 보험료를 일할로 분할하여 표시하거나 보험료 산출기준을 불충분하게 설명하여 보험료가 저렴한 것으로 오인하게 하는 행위, 자동갱신상품에서 갱신 시 보험료가 인상될 수 있음을 충분히 고지하지 않는 행위 등이 이에 포함된다. 글씨의 크기나 음성의

강도·속도(예: 보장 내용을 표시하는 글씨의 크기, 음성의 강도·속도와 보험금 지급제한 조건을 표시하는 글씨의 크기, 음성의 강도·속도가 비슷해야 함) 등 광고의 방법에 대해서도 일정한 규제가 적용된다.

아울러, 보험업법에서는 보험협회로 하여금 보험회사 또는 모집종사자로부터 광고물을 미리 제출받아 해당 광고가 보험업법상 기준을 지키는지 여부를 확인할 수 있도록 규정하고 있으며, 그에 따라 생명보험협회 및 손해보험협회에서는 상품광고,¹⁴⁾ 판매방송¹⁵⁾에 대해 협회 내의 기관인 광고심의위원회의 심의를 받도록 운영하고 있다(생명보험협회 「생명보험 광고·선전에 관한 규정」, 손해보험협회 「손해보험 광고·선전에 관한 규정」).

보험업법에서는 광고의 의미에 대하여 별도로 규정하고 있지는 않으며, 이에 대해서는 표시·광고의 공정화에 관한 법률상(이하 “표시광고법”이라 함) 광고에 대한 정의 규정을 참고로 할 수 있을 것이다. 표시광고법상 광고라 함은 사업자등이 사업자 자신이나 다른 사업자, 또는 상품의 내용, 거래 조건, 그 밖에 그 거래에 관한 사항을 신문·인터넷신문, 정기간행물, 방송, 전기통신, 전단·팸플릿·견본 또는 입장권, 인터넷 또는 PC통신 등의 방법으로 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 것을 말한다고 정의하고 있다(표시광고법 제2조 제2호 및 동법 시행령 제2조).

한편 보험업법은 ‘보험료·보험금에 대한 구체적인 예시 없이 보험 상품의 이미지만을 노출하는 등 금융위원회가 정하여 고시하는 요건에 부합하는 광고’의 경우에는 광고에 반드시 포함해야 하는 사항에 대해 일부 규제를 완화해주고 있는데(보험업법 시행령 제42조의4 제2항),¹⁶⁾ 여기서 ‘금융위원회가 정하여 고시하는 요건’이라 함은 보험 상품의 필요성 환기, 보험 상품의 주요 목표 고객층 및 가입요건, 보험 상품의 가격

14) 보험 상품에 관한 정보를 광고 형식으로 제공·홍보하는 행위(생명보험협회 「생명보험 광고·선전에 관한 규정」 제2조 제2호 가목, 손해보험협회 「손해보험 광고·선전에 관한 규정」 제2조 제2호 가목)

15) 방송프로그램을 제작·편성하여 흡소핑보험대리점을 통해 보험 상품에 관한 정보를 제공하여 보험 상품을 판매하는 행위(생명보험협회 「생명보험 광고·선전에 관한 규정」 제2조 제2호 나목, 손해보험협회 「손해보험 광고·선전에 관한 규정」 제2조 제2호 나목)

16) 광고에 보험회사와 보험 상품의 명칭, 지급한도·면책사항·감액지급 사항 등 보험금 지급제한 조건, 금리연동형 상품인 경우 적용이율에 관한 사항만 포함하면 됨

특성 및 보상 품질, 보험 상품 보장내용의 특징, 보험 상품 판매채널의 특징 및 상담연락처에 대하여 개괄적인 내용만을 설명하면서 영상·음성 광고의 경우 1분 이내인 경우를 의미한다(보험업감독규정 제4-35조의4 제3항).¹⁷⁾

만약 보험 상품의 필요성 환기, 보험 상품의 주요 목표 고객층 및 가입요건, 보험 상품의 가격 특성 및 보상 품질, 보험 상품 보장내용의 특징, 보험 상품 판매채널의 특징 및 상담연락처에 대하여 개괄적인 내용을 설명하는 정도에도 이르지 아니하고, 단지 보험회사나 모집종사자의 이름이나 보험 상품의 명칭, 브랜드 명칭만을 노출하는 수준의 광고라면, 이는 보험업법상 모집 광고 규제의 적용을 받는 보험 상품 광고에 해당한다고 보기는 어렵다고 생각된다.

3. 보험계약에 관한 사항의 비교·공시 행위

보험업법은 비교·공시 행위에 대하여 별도의 규정을 두고 있는데, 우선 보험협회는 보험료·보험금 등 보험계약에 관한 사항을 금융위원회가 정하는 바에 따라 비교·공시할 수 있다(보험업법 제124조 제2항). 또한 보험업법은 “보험협회 이외의 자가 보험계약에 관한 사항을 비교·공시하는 경우에는 제2항에 따라 금융위원회가 정하는 바에 따라 객관적이고 공정하게 비교·공시하여야 한다”라고 규정함으로써, 보험협회 이외의 자가 보험계약에 관한 사항을 비교·공시하는 것도 인정하고 있다(보험업법 제124조 제4항).

위 보험업법 조항에 따라 보험업감독규정에서는 비교·공시에 관한 구체적 사항에 대하여 정하고 있는데, 이에 의하면 보험회사나 모집종사자 외의 자가 보험계약에 관한 사항을 비교·공시하는 것도 가능하다. 즉, 보험업감독규정 제7-46조 제5항에서는

17) 한편 ‘보험상품의 가격 특성, 보장내용 및 만기환급금 등에 대한 특징을 음성 및 자막 등의 방법으로 안내하면서 해당 사항의 이행조건을 같은 방법으로 안내하지 않는 경우’ 또는 ‘보험상품의 주요 특징을 유사 단어로 3회 이상 연속 또는 반복하여 음성으로 안내하는 경우’에는 그와 같이 규제 완화 대상이 되는 경우에서 제외됨(보험업감독규정 제4-35조의4 제4항)

보험협회, 보험회사 또는 모집종사자 외의 자로서 보험계약에 관한 사항을 비교·공시하려는 자를 “보험 상품 비교·공시기관”이라고 칭하고 이에 관한 사항을 정하고 있는 것이다.¹⁸⁾ 보험협회는 보험 상품 비교·공시기관이 적정하게 비교·공시업무를 수행할 수 있도록 보험 상품 비교·공시기관에 정보를 제공할 수 있으며, 또한 보험업감독규정 제7-46조의2에서는 보험 상품 비교·공시기관이 보험계약에 관한 사항을 비교·공시하는 경우에 준수해야 할 사항들에 대해서 규정하고 있다. 예를 들면 보험 상품 비교·공시기관은 보험협회를 통해 제공받은 정보만 비교·공시할 수 있으며, 또한 보험협회를 통해 제공받은 모든 상품에 대해 비교·공시를 해야 한다.

〈표 II-2〉 보험협회 외의 자에 의한 비교·공시에 대한 규제

보험회사 또는 모집종사자의 비교·공시의 경우 준수사항	• 보험회사의 공시자료 등 객관적인 자료를 근거로 공정하게 비교·공시할 것 • 자료의 출처 등을 구체적으로 기재할 것 • 보험협회의 비교·공시 내용과 다르거나 일부만을 비교·공시하고자 하는 경우 보험협회의 보험상품공시위원회와 협의할 것
보험상품 비교·공시기관의 비교·공시의 경우 준수사항	• 보험협회를 통해 제공받은 정보만을 비교·공시할 것 • 보장내용 및 보험료, 저축성보험의 해약환급금 및 공시이율(최저보증이율 포함)에 대한 내용을 포함할 것 • 전문용어 또는 법률용어에 대한 설명을 연계하여 제공할 것 • 보험상품 비교·공시기관의 기본적인 검색기능과 연계하고 포괄적인 상품검색 및 재검색 기능을 제공할 것 • 비교·공시 사항은 광고 등 상업적 용도로 제공하는 정보와 명확히 분리하여 제공하되, 상업적 정보보다 우선하여 제공되도록 할 것 • 보험협회를 통해 제공받은 모든 상품에 대해 보장내용 및 보험료, 저축성보험의 해약환급금 및 공시이율(최저보증이율 포함)에 대한 내용을 비교·공시할 것

자료: 보험업감독규정 제7-46조의2 및 보험업감독업무시행세칙 제5-11조의3

18) 2016. 4. 1. 보험업감독규정 개정을 통해 보험회사나 모집종사자 외의 자의 비교·공시에 관한 명시적 조항을 신설함. 이는 보험료 관련 시장 경쟁을 유도하기 위한 것으로서, 당시 협회의 비교·공시사이트는 이용률이 저조하다는 문제 인식하에, 보험 상품 비교·공시 기능을 인터넷 포털 등에 개방하여 정보 접근성과 편의성을 제고하고자 인터넷 포털 등이 공정하고 객관적인 보험 상품 비교·공시를 할 수 있는 법적 근거를 마련하기 위한 취지였음(금융위원회·금융감독원(2015. 10. 16), “보험산업 경쟁력 강화 로드맵”)

4. 상담 또는 소개 행위

보험업법 제83조 제2항에서는 금융기관보험대리점은¹⁹⁾ 그 금융기관 소속 임직원이 아닌 자로 하여금 모집을 하게 하거나 보험계약 체결과 관련한 상담 또는 소개를 하게 하고 상담 또는 소개의 대가를 지급하여서는 안 된다고 규정하고 있다.

금융기관보험대리점의 보험 모집(이른바 방카슈랑스)을 허용할 당시, 기존의 보험 설계사나 보험대리점의 영업 활동이 위축될 것을 고려하여, 원칙적으로 금융기관보험 대리점의 보험 모집을 허용은 하되 다만 그 영업 방법에 대해 일정한 제한을 가하는 방법을 취하였다. 이에 따라 금융기관보험대리점은 점포 내의 지정된 장소에서 보험계약자와 직접 대면하여 모집하거나 인터넷 홈페이지를 이용하여 불특정 다수를 대상으로 보험 상품을 안내하거나 설명하여 모집하는 것만 가능하며, 아웃바운드 영업을 하는 것이 금지된다(보험업법 시행령 제40조 제3항).²⁰⁾ 또한 금융기관보험대리점은 본점·지점 등 점포별로 2명²¹⁾의 범위 내에서 모집종사자로 등록된 소속 임원 또는 직원에게만 모집에 종사하게 할 수 있고(보험업법 시행령 제40조 제4항), 소속 임직원이 아닌 사용인을 두고 모집에 종사하게 할 수 없도록 하면서, 나아가 보험계약 체결과 관련한 상담 또는 소개를 하게 하고 상담 또는 소개의 대가를 지급하는 행위도 명시적으로 금지한 것이다.

5. 소결

이처럼 보험업법에서는 모집 행위에 대하여 엄격한 규제를 적용하고 있고, 모집 행위와 구분되는 행위 유형으로 모집 광고 행위, 보험계약에 관한 사항의 비교·공시 행

19) 다만 신용카드업자나 농업협동조합법에 의한 조합은 예외(보험업법 시행령 제26조 제1항)

20) 다만 신용카드업자는 전화, 우편, 컴퓨터통신 등의 통신수단을 이용하여 아웃바운드 영업을 하는 것이 허용됨(보험업법 시행령 제40조 제3항 단서)

21) 보험설계사 자격을 갖춘 사람으로서 금융위원회가 정한 기준과 방법에 따라 채용된 사람은 제외함

위가 있으며, 상담 또는 소개 행위라는 용어를 별도로 사용하는 경우도 있다.

보험업법에서 규제하는 모집 광고 행위의 경우, 보험회사 또는 모집종사자가 광고를 하는 경우로서 적어도 보험 상품 보장 내용의 특징이나 보험 상품의 가격 특성 등 보험 상품에 대한 내용을 포함하고 있는 경우를 전제로 하고 있으며, 보험 상품에 대한 내용은 전혀 없이 단순히 보험회사명, 보험 상품명 또는 브랜드명 등만 노출하고 홍보하는 수준의 광고라면 보험업법이 전제하는 보험 상품 광고에 해당한다고 보기는 어려울 것이다.

또한 보험업법은 보험계약에 관한 사항의 비교·공시 행위라는 개념을 인정하고 있는데, 앞서 살핀바와 같이 보험 모집 자격이 없는 자가 보험계약에 관한 사항을 비교·공시하는 것도 허용하고 있기 때문에(보험 상품 비교·공시기관), 이러한 비교·공시 행위에 대해서는 보험 모집 행위에 해당하지 않는다고 보는 입장이라고 이해할 수 있겠다. 따라서 보험계약에 관한 사항의 비교·공시 행위의 경우에는 비교·공시에 관한 조항을 준수하면 될 것이며 모집 행위 규제는 받지 않을 것이다.

다만 보험업법규에서는 모집 자격 없는 자에 의한 비교·공시의 경우 보험협회를 통해 제공받은 정보만을 비교·공시할 것과 보험협회를 통해 제공받은 모든 상품에 대해 비교·공시하는 것을 전제로 하고 있다.²²⁾ 이는, 모든 보험회사의 상품을 비교·공시하는 경우 그것도 비교·공시기관의 자의적인 판단이나 추천이 개입된 것이 아니라 보험협회를 통해 제공받은 정보만을 비교·공시하는 경우에는, 특정 보험계약의 체결을 권유하거나 그 판매를 목적으로 하는 것이라기보다는, 소비자에 대한 공정하고 객관적인 정보 제공 기능을 한다고 인정한 것으로 생각된다. 따라서 만약 보험업법규상의 요건을 갖추지 못한 비교·공시의 경우(예: 일부 보험회사의 보험계약에 관한 사항만 비교·공시하거나 비교·공시기관의 자의적인 판단이나 추천이 개입되는 경우)라면, 특정 보험에 대한 간접적인 판매 권유가 될 수 있다는 점에서 보험 모집 행위에 해당하는 것은 아닌지 여부를 개별적으로 검토해볼 필요가 있을 것이다.

보험업법은 금융기관보험대리점의 보험 모집에 관한 조항에서는 상담 또는 소개라

22) 보험회사 또는 모집종사자가 보험협회의 비교·공시 내용과 다르거나 일부만을 비교·공시하고자 하는 경우에는 보험협회의 보험 상품 공시위원회와 협의해야 함

는 용어도 사용하고 있다. 금융기관보험대리점은 그 금융기관 소속 임직원이 아닌 자로 하여금 모집을 하게 하면 안 된다고 규정하면서 나아가 보험계약 체결과 관련한 상담 또는 소개를 하게 하고 상담 또는 소개의 대가를 지급하여서는 안 된다는 점을 별도로 규정하고 있는 것이다.

이 조항과 관련하여서는, 상담 또는 소개에 대해 대가를 지급하는 것은 모집에 대한 대가를 지급하는 것과 마찬가지로 평가받을 수 있는 것으로 보아 모집 행위의 범위를 넓게 해석하는 근거로서 사용하는 입장도 있을 수 있고, 반대로 상담 또는 소개라는 용어를 모집이라는 용어와 구분하여 별도로 사용하고 있는 것에 의하면 모집의 정도에는 이르지 않거나 또는 모집에 해당하는지 여부가 모호한 단순한 상담 또는 소개라는 개념이 있을 수 있는 것이고 이러한 단순한 상담 또는 소개에 대해 대가를 지급하는 것은 (금융기관보험대리점의 경우가 아닌 한) 허용된다고 해석하는 입장도 있을 수 있겠다.²³⁾

23) 이에 대해서는 보험 모집 행위에 대한 유권해석 사례 중 소개·추천 행위 관련 부분에서 다시 한 번 살펴보도록 하겠음

Ⅲ. 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 해석

본 장에서는 보험업법상 보험 모집 행위의 의미 또는 범위에 관하여 판단한 판례 및 유권해석 사례들을 정리해보고, 나아가 기타 금융 관련 법규상 모집 행위와 유사한 개념이라고 볼 수 있는 권유 행위 등에 관한 해석 사례도 함께 살펴본다.

1. 보험 모집 행위에 관한 판례

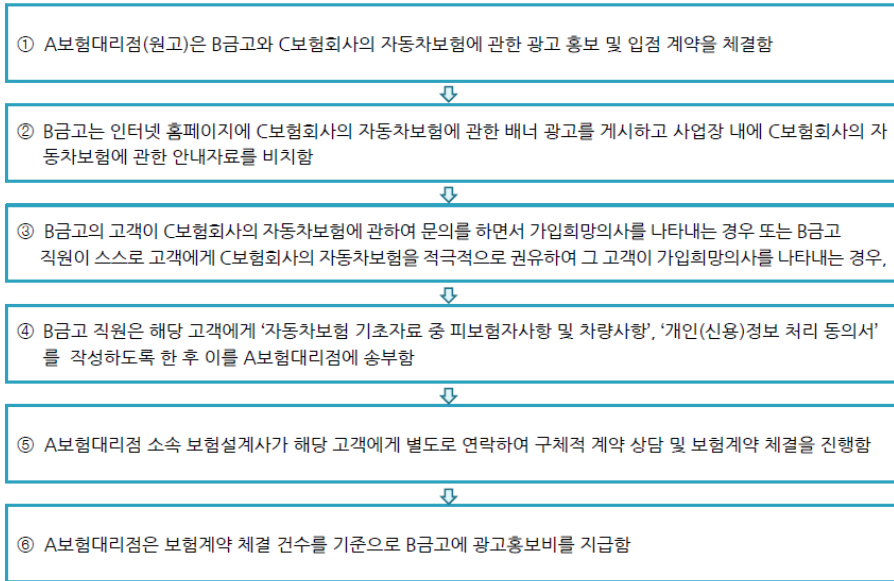
보험업법상 보험 모집 행위의 의미나 범위에 관하여 구체적으로 판시하고 있는 판례로는 서울행정법원 2015. 5. 28. 선고 2013구합62367 판결²⁴⁾이 유일한 것으로 보이며, 아래에서는 해당 판결의 내용에 대하여 자세히 살펴보도록 한다.

가. 사실관계

원고는 보험회사와 자동차보험에 대한 보험대리점 계약을 체결한 보험대리점이었는데 보험업법 제99조 제2항을 위반하였다는 이유로 금융위원회로부터 보험대리점 등록 취소 처분을 받고 이의 취소를 구하는 행정소송을 제기한 사안이다. 구체적 사실관계는 다음과 같다.

24) 항소심에서도 1심의 판단이 그대로 유지되었고(서울고등법원 2016. 4. 15. 선고 2015누47142 판결), 상고하지 않고 2016. 5. 10. 그대로 확정되었음

〈그림 III-1〉 서울행정법원 2013구합62367 판결 사안의 사실관계



금융감독원은 위 사안에서 A보험대리점이 B금고에 광고홍보비를 지급한 것은 ‘보험대리점은 같은 보험회사와 모집에 관한 위탁계약이 체결된 다른 보험대리점이나 소속 보험설계사 이외에는 타인에게 모집을 하게 하거나 그 위탁을 하거나 모집에 관하여 수수료·보수나 그 밖의 대가를 지급하여서는 아니 된다’고 규정하고 있는 보험업법 제99조 제2항에 위반된다는 이유로 보험대리점 등록 취소 조치²⁵⁾를 건의하였고 이에 따라 금융위원회는 A보험대리점에게 보험대리점 등록 취소 처분을 내렸다. 이에 A보험대리점은 금융위원회의 보험대리점 등록 취소 처분의 취소를 구하며 이 사건 소송을 제기한 것이다.

25) A보험대리점이 B금고에 지급한 금액이 15억 4,600만 원(수입수수료의 약 60%)으로, 금융기관 검사 및 제재에 관한 규정 시행세칙 별표 3의 금융업종별·위반유형별 제재양정기준상 등록 취소 사유에 해당하였음

나. 법원의 판단

1) 보험 모집 행위의 판단 기준

보험업법상 보험 모집 행위의 판단 기준에 대하여 법원은, “어떠한 행위가 모집 행위에 해당하는지 여부는 거래당사자의 보호에 목적을 둔 법 규정의 취지에 비추어 보험계약의 중개 또는 대리하는 자의 행위를 객관적으로 보아 사회통념상 거래의 알선·중개를 위한 행위라고 인정되는지 여부에 의하여 결정하여야 한다”는 원칙을 제시하였다.

그러면서, 보험 모집 행위에는 ① 보험계약 체결의 권유 등 ‘보험계약의 유인 행위’와 ② ‘보험 상품의 판매를 전제로 하는 보험계약 내용 설명 행위’ 등이 포함된다고 보고, ①의 권유 행위란 보험계약의 체결을 목적으로 고객에게 보험 상품에 대한 정보를 제공하거나 보험 가입을 촉구하는 행위를 말하며, ②의 설명 행위에는 보험계약 체결의 권유를 목적으로 하는 보험약관 등에 대한 내용 설명, 보험계약 청약서의 내용 및 기재사항 설명, 보험료의 산출과정 및 내용 설명, 보험금의 지급에 관한 사항의 설명 등이 포함될 수 있다고 하였다.

2) B금고의 행위에 대한 판단

해당 사안에서 B금고의 행위가 보험 모집 행위에 해당하는지에 대해서는, 법원은 B금고가 구체적인 상품 설명 및 상품 설계를 담당하지는 않았지만 전체적으로 보아 권유 행위를 하는 방법으로 보험계약의 체결 과정에 관여한 것으로서 보험 모집 행위를 수행하였다고 판단하였다.

보험의 모집이란 보험계약자의 유치를 전제로 하는 것인데 해당 사안에서 B금고가 잠재고객 발굴의 역할을 담당하였고, 특히 해당 보험이 의무보험인 자동차보험이라는 점에서 잠재고객의 발굴이 보험 모집 과정에 있어 중요한 의미를 가질 수 있는 점, 보험계약자가 처음으로 접하는 자가 B금고이고 자동차보험 기초자료 양식에도 B금고의 이름이 기재되어 있어 보험계약자의 입장에서 보면 B금고도 모집에 관한 권한과 책임

을 갖는 것으로 오인할 여지가 있는 점 등에 비추어 보면, B금고의 행위에 대해 단순한 보조 행위가 아닌 공동모집으로서 모집 행위를 한 것으로 평가함이 타당하다고 본 것이다.

다만 B금고의 행위 중에서 인터넷 홈페이지에 보험 상품의 배너 광고를 게시한 부분에 대해서는, 이는 잠재적인 일반 고객을 대상으로 보험 상품의 판매를 촉진하기 위한 홍보 행위에 불과하며 이러한 일반적이고 추상적인 행위 자체는 모집 행위에 해당하지 않는다고 판단하였다.

3) A보험대리점의 광고홍보비 지급 행위에 대한 판단

A보험대리점이 B금고에 지급한 광고홍보비에 대해서는, 그 지급 기준이 오로지 B금고 직원들에 의한 보험계약 체결 건수라는 점에서, 비록 외형상으로는 광고홍보비지만 그 실질은 B금고가 보험계약자를 모집하여 준 대가로 지급된 것으로 보아야 한다고 판단하였다.

아울러, 보험업법 제99조 제2항의 적용 범위와 관련하여, 해당 조항은 ‘모집에 관하여’ 수수료 등을 지급하지 못한다고 규정하고 있기 때문에, 모집 행위 자체뿐만 아니라 모집과 관련한 행위에 대하여 수수료 등을 지급하는 것 역시 위 조항의 적용 범위에 포함되는 것이라고 해석하였다. 해당 사안에서 설사 B금고가 담당한 행위가 모집 행위에 해당하는지 여부가 명확하지 않을 수 있다고 하더라도 적어도 모집에 관련한 행위에는 해당하기 때문에 그 대가로 광고홍보비를 지급한 것은 보험업법 제99조 제2항에서 정한 ‘모집에 관하여’ 수수료를 지급한 경우에 해당한다는 것이다.

다. 판결에 대한 분석

위 서울행정법원 2013구합62367판결은 보험업법상 보험 모집 행위에 대한 일응의 기준을 제시하였다는 점에서 의미가 있다. 즉, 개별 사안에서 어떠한 행위가 보험 모집 행위에 해당하는지 여부는 거래당사자의 보호에 목적을 둔 법 규정의 취지에 비추어

해당 행위를 객관적으로 보아 사회통념상 거래의 알선·중개를 위한 행위라고 인정되는지 여부에 의하여 결정하여야 한다는 원칙을 제시하였는데, 이는 타당하다고 생각된다.

또한 보험계약 체결의 권유 등 보험계약의 유인 행위와 보험 상품의 판매를 전제로 하는 보험계약 내용 설명 행위를 보험 모집의 주요 개념으로 제시한 점, 인터넷 홈페이지에 보험 상품의 배너 광고를 게시한 것과 같이 잠재적인 일반 고객을 대상으로 보험 상품의 판매를 촉진하기 위한 일반적·추상적 홍보 행위에 불과한 경우에는 보험 모집의 범위에서 제외된 점에도 동의한다.

다만 해당 판결에서는 B금고의 행위를 모집 행위로 판단함에 있어 잠재고객 발굴의 역할을 담당하였다는 점을 하나의 근거로 제시하고 있는데, ‘잠재고객 발굴’이라는 행위를 무조건 보험 모집의 범위에 포함시키는 것에는 신중할 필요가 있을 것이다.

보험회사나 모집종사자가 보험에 가입할 수 있는 잠재고객을 발굴하는 방법에는 광고를 통해 잠재고객이 유입되는 경우, 다른 사람으로부터 단순히 잠재고객의 정보만 제공받는 경우 등 다양한 방법이 있을 수 있는데, 잠재고객 발굴에 일정한 역할을 했다는 이유만으로 이를 모두 모집으로 규제하는 것은 타당하지 않을 수 있다. 해당 사안에서는 B금고가 단지 잠재고객 발굴의 역할만 한 것이 아니라 경우에 따라 직접 고객에게 보험 가입을 적극적으로 권유하기도 하고 나아가 보험 가입을 위한 서류 작성에도 관여하였기 때문에 이러한 사정들을 종합적으로 고려해서 전체적으로 보았을 때 보험 모집 행위를 한 것으로 판단할 수 있을 것이다. 그러나 다른 행위에는 개입하지 않고 단순히 잠재고객 발굴에 일정 역할을 하는데 그친 경우라면, 해당 판결을 근거로 보험 모집 행위에 해당한다고 쉽게 결론 내리는 것은 옳지 않을 수 있다고 생각된다.

한편 앞서 살펴본 바와 같이 보험업법 제99조와 관련하여 해당 판결에서는 위 조항이 ‘모집에 관하여’ 수수료 등을 지급하지 못한다고 규정하고 있기 때문에 ‘모집 행위’ 자체뿐만 아니라 ‘모집과 관련한 행위’에 대하여 수수료 등을 지급하는 것까지 모두 금지하는 것이라고 해석하고 있는데, 이러한 결론에는 동의하기 어렵다.

보험업법 제99조는 보험회사나 모집종사자가 무자격자에게 보험 모집을 위탁하거나 모집 행위에 대한 대가를 지급하는 것을 금지함으로써 무자격자의 모집 행위를 막기 위한 취지이므로, 이는 기본적으로 ‘모집에 대하여’ 대가를 지급하는 것을 금지하는

조항으로 해석하는 것이 타당하다고 생각된다. 특히 보험업법 제99조를 위반한 경우 과징금, 과태료, 나아가 모집종사자의 경우 위반 금액에 따라 영업정지나 등록취소 등의 중한 제재 처분을 받을 수 있다는 점에서도, 보험업법 제99조의 적용 범위를 지나치게 확대 해석하는 것은 옳지 않을 것이다.

만약 모집 자격이 없는 자에게 모집과 관련한 행위에 대해서 보험계약 체결 실적에 비례하여 대가가 지급된다면 모집 자격 없는 자가 실제로 보험계약 체결을 성사시켜서 대가를 받기 위하여 적극적으로 모집의 정도에 이르는 행위까지 시도할 개연성이 높아지기 때문에 이를 방지하여야 한다는 정책적 필요성이 있다면, 그 경우에는 모집과 관련한 행위, 또는 상담이나 소개 등의 행위에 대하여 대가를 지급하는 것을 금지하는 별도의 명시적 조항을 두는 입법적 방법에 의할 것이지,²⁶⁾ 모집의 범위를 확대 해석하거나 보험업법 제99조의 적용 범위를 모집과 관련한 행위에 대한 대가 지급의 경우까지 확대 해석하는 것은 바람직한 해결 방법이 아니라고 생각된다.

2. 보험 모집 행위에 관한 유권해석 사례

가. 금융위원회 유권해석 사례

1) 보험 모집의 범위 관련

“보험 모집의 범위가 어디까지인지”라는 질문에 대해서 금융위원회는, 보험 모집의 중요성 및 보험계약자를 보호할 목적으로 모집종사자 및 행위에 대해 규제하는 보험업법의 취지를 감안할 때 보험계약 체결의 중개는 “보험회사와 보험계약자 간에 보험계약이 체결될 수 있도록 하는 모든 행위”라고 해석함이 타당하다고 하여, 보험 모집

26) 앞서 살핀바와 같이 보험업법 제83조 제2항에서는 금융기관보험대리점은 그 금융기관 소속 임직원이 아닌 자로 하여금 모집을 하게 하거나, 보험계약 체결과 관련한 상담 또는 소개를 하게 하고 상담 또는 소개의 대가를 지급하여서는 안 된다고 하여 상담 또는 소개에 대한 대가 지급을 별도로 명시적으로 금지하고 있음

의 범위를 상당히 넓게 판단한바 있다(2006. 6. 27. 금융위원회 법령 해석 회신).

2) 보험계약 체결 실적에 비례한 광고비 지급 관련

모집종사자가 아닌 일반 기업과 제휴를 맺어서 해당 기업의 사이트에 보험대리점의 배너나 링크를 게시하고 이를 통해 보험대리점 사이트로 유입되어 보험계약 실적이 발생하는 경우 해당 실적을 기준으로 보험대리점이 일반 기업에게 광고비를 지급하는 구조에 대하여, 과거 금융위원회는 보험업법 제99조에 위반될 소지가 있다고 판단한 적이 있다. 즉, 형태에 관계없이 '실질적으로 모집에 따른 이익을 배분하는 경우'라면 보험업법 제99조 위반 가능성이 있다고 본 것이다(2008. 12. 24. 금융위원회 법령 해석 회신).

그러나 최근에는 행위의 실질이 '모집'이 아니라 순수한 '광고'라면, 광고에 따라 체결된 보험계약 실적에 비례하여 광고수수료를 지급하여도 이는 '모집'에 대한 대가를 지급한 것이 아니므로 보험업법 제99조 위반이 아니라고 보는 것이 금융위원회의 입장이다(표 III-1) 참조). 이와 관련하여 인터넷 포털에서 배너 광고 등을 단순히 게시하는 것은 보험계약을 직·간접으로 체결하거나 특정인에 대해 개별적으로 보험가입을 유도하는 적극적이고 개별적인 행위 요소가 없기 때문에 '모집'이 아닌 '광고'에 해당한다고 판단하였다. 다만 금융위원회는 광고 대행업체가 보험 마케팅을 목적으로 보험 가입을 유도하는 등 적극적이고 개별적인 권유 행위 등 모집에 해당하는 일련의 행위가 발생하지 않도록 유의할 필요가 있다고 덧붙였다.

〈표 III-1〉 광고비 지급에 대해 보험업법 제99조 위반이 아니라고 판단한 사례

구분	금융위원회의 판단 내용
2015. 5. 14. 법령 해석 회신	• 보험 모집 광고를 통해 유입되어 보험계약이 체결된 경우, 그 체결 실적에 따라 광고비를 지급하는 것은 '모집 광고' 실적에 따라 지급하는 것이지 '모집'에 대한 대가를 지급한 것이 아니므로 보험업법 제99조에 위반되지 않음
2015. 8. 28. 법령 해석 회신	• 소셜커머스에서 직접 보험계약이 체결되지 않고 단순히 보험 상품 소개 페이지를 올리는 것은 보험계약을 직·간접으로 체결하거나 특정인에 대해 개별적으로 보험가입을 유도하는 적극적·개별적 행위 요소가 없으므로 '모집'이 아닌 '모집광고'에 해당함 * TV, 신문지면 등을 통한 보험 상품 모집 광고에서 보험 상품을 소개하고 특정 전화번호를 제시하는 행위와 다를 바 없으며 표시 광고법상 광고의 정의에도 부합함 • 소셜커머스의 보험 상품 소개 페이지에서 보험회사 홈페이지상 가입 페이지로 유입되어 보험계약이 체결된 경우 그 체결 실적에 따라 수수료를 지급하여도 이는 '모집'에 대한 대가를 지급한 것이 아니므로 보험업법 제99조에 위반되지 않음
2017. 6. 15. 법령 해석 회신	• 인터넷 포털 등에서 배너 광고 등을 단순히 게시하는 것은 보험계약을 직·간접으로 체결하거나 특정인에 대해 개별적으로 보험가입을 유도하는 적극적·개별적 행위 요소가 없으므로 '모집'이 아닌 '모집광고'에 해당함 • 보험회사가 인터넷 포털의 모집 광고에 따라 체결된 보험계약 체결 실적에 비례하여 광고수수료를 지급하여도 이는 '모집'에 대한 대가를 지급한 것이 아니므로 보험업법 제99조에 위반되지 않음 • 보험 모집 행위가 아닌 순수한 광고 행위에 대하여 광고수수료를 어떤 방식으로 지급할지 여부는 보험업법 제99조의 적용 대상이 아니며 보험회사가 자율적으로 판단할 사항임 • 다만 배너광고를 게시하면서 보험가입을 유도하는 등 적극적·개별적 권유 행위 등 모집 행위에 해당하는 일련의 행위가 발생하지 않도록 유의할 필요가 있음
2017. 6. 23. 법령 해석 회신	• 보험회사가 인터넷 포털의 모집 광고에 따라 체결된 보험계약 체결 실적에 비례하여 광고수수료를 지급하여도 이는 '모집'에 대한 대가를 지급한 것이 아니므로 보험업법 제99조에 위반되지 않음 • 다만 배너광고를 게시하면서 보험가입을 유도하는 등 적극적·개별적 권유 행위 등 모집 행위에 해당하는 일련의 행위가 발생하지 않도록 유의할 필요가 있음
2017. 7. 26. 법령 해석 회신	• 보험회사가 인터넷 포털의 모집 광고에 따라 체결된 보험계약 체결 실적에 비례하여 광고수수료를 지급하여도 이는 '모집'에 대한 대가를 지급한 것이 아니므로 보험업법 제99조에 위반되지 않음 • 다만 광고 대행 업체를 통하여 보험 가입을 유도하는 등 적극적이고 개별적인 권유 행위가 있을 경우 보험 모집에 해당할 수 있음

3) 보험계약에 관한 사항의 비교·공시 관련

차량 유관 서비스 홈페이지를 통해 복수 보험회사의 자동차 보험 상품에 대한 보험료 산출·비교 서비스 제공을 하여 보험회사 홈페이지로 고객을 유입시키는 업무가 보험 모집 또는 모집 광고 중 어느 것에 해당하느냐는 질의에 대하여 금융위원회는, 해당 행위는 보험업법 제124조 제5항에 따른 ‘보험계약에 관한 사항의 비교·공시’에 해당한다고 보고, 이 경우 보험업감독규정 제7-46조의2에 따라 보험회사가 아닌 협회를 통해 제공받은 정보만을 비교·공시할 수 있다²⁷⁾고 답신하였다(2018. 2. 2. 금융위원회 법령 해석 회신).

4) 소개·추천 관련

금융위원회는, 기존 보험계약자 또는 SNS 이용자 등이 지인을 보험회사에 소개하거나 지인에게 보험 상품을 추천하여 보험계약이 체결된 경우 해당 보험계약자 등에 대하여 수수료를 지급하는 행위에 대하여, 이는 모집 행위에 해당될 소지가 크다고 보았다(2015. 4. 30. 금융위원회 법령 해석 회신). 보험의 모집 행위는 잠재적인 보험계약자로 하여금 보험계약이 체결되도록 하는 일련의 보험 상품 판매 활동으로서 잠재적 보험계약자를 소개하거나 그에게 보험 상품을 소개하는 행위를 포함한다는 것이다. 또한 해당 사안에서 금융위원회는 보험업법 제83조 제2항²⁸⁾이 ‘모집’을 금지하는 것과 함께 ‘보험계약 체결과 관련한 상담 또는 소개를 하게 하고 상담 또는 소개의 대가를 지급하는 행위’를 금지하고 있는 점을 보더라도, 지인을 보험회사에 소개하거나 지인에게 보험 상품을 추천하여 보험계약이 체결된 경우 해당 보험계약자 등에 대해 수수료를 지급하는 것은 모집에 따른 대가 지급에 해당한다고 덧붙였다.

복합점포 내 금융기관보험대리점(은행) 소속 직원이 보험 상품에 대한 설명이나 안내 없이 단순히 동일 복합점포 내 보험지점에서 상담 받을 것을 안내하거나 동 보험지

27) <표 II-1> 참조

28) 앞서 살펴본 금융기관보험대리점에 대한 조항임

점의 직원을 소개해 주는 행위는 보험 모집 행위에는 해당하지 않는다고 하면서도, 그러나 보험회사로부터 그와 같은 상담 또는 소개의 대가를 지급받는다면 이 경우에는 실질적인 모집 행위로서 허용되지 않는다고 해석하였다(2017. 4. 18. 금융위원회 법령 해석 회신). 보험업법 제83조 제2항에서 금융기관보험대리점 내 보험 상품을 모집할 수 있는 2인 이외의 직원으로 하여금 보험계약 체결과 관련한 상담 또는 소개를 하게 하고 상담 또는 소개의 대가를 지급해서는 안 된다고 규정하고 있고 이는 금융기관보험대리점의 모집종사자를 2인으로 제한한 제도의 실효성을 확보하기 위한 취지인 점을 고려할 때, 금융기관보험대리점이 보험지점에 고객을 소개하고 대가를 수령하는 경우에는 실질적인 보험 상품의 모집 행위로서 허용되지 않는다는 것이다.

나. 유권해석 사례에 대한 분석

앞서 살펴본 바와 같이, 보험계약 체결 실적에 비례하여 광고비가 지급된 경우, 과거에 금융위원회는 그 행위의 실질에 따라 구분하여 판단하기보다는 실질적으로 모집에 따른 이익을 배분하는 경우라고 보아 보험업법 제99조 위반에 해당한다고 해석하는 경향이 있었다.

그러나 최근에는 ‘보험계약 체결 실적에 비례한 대가 지급’이라는 요소를 절대적 판단 기준으로 하기보다는 ‘행위의 실질’에 따라 모집 행위 여부를 판단하는 입장인 것으로 이해된다. 즉, 행위의 실질이 ‘모집’이 아닌 ‘광고’라면, 보험계약 체결 실적에 비례하여 광고 수수료가 지급되더라도, 이는 ‘모집’에 대한 대가가 아니라 ‘광고’에 대한 대가이므로 보험업법 제99조에 위반되지 않는다고 해석하고 있는 것이다.

이처럼 행위의 실질에 따라 모집 대가인지 광고 대가인지를 구분하는 것이 타당하다고 생각된다. 물론 어떠한 행위에 대하여 보험계약 체결 실적에 비례하여 대가가 지급되는 경우에는, 행위자로서는 보험계약 체결을 성사시켜야 대가를 받을 수 있기 때문에 순수한 광고나 소개의 정도를 벗어나 실질적으로 보험 가입 권유까지 하게 될 개연성이 높으므로 이를 규제할 필요성이 있다고 볼 수 있을 것이다. 그러나, 실제로 광고나 소개의 정도를 벗어나 실질적 가입 권유 행위가 발생한 경우에 이를 무자격 모집

행위로 규율하면 될 것이고, 만약 정책적으로 이를 사전에 방지하고자 한다면 광고나 소개의 대가를 보험계약 체결 실적에 비례하여 산정하는 것을 입법적으로 금지하는 방법에 의할 것이지, 단지 보험계약 체결 실적에 비례하여 대가가 산정되었다는 사실 하나만으로 해당 행위의 성격을 광고가 아닌 모집으로 규정짓는 것은 타당하지 않을 수 있다고 생각된다.

어떠한 행위의 실질이 모집인지 광고인지를 구분함에 있어서는 금융위원회는, '보험계약을 직·간접으로 체결하거나 특정인에 대해 개별적으로 보험 가입을 유도하는 적극적·개별적 행위 요소가 있었는지' 여부를 그 판단 기준으로 삼고 있다. 그에 따라 소셜커머스에서 단순히 보험 상품 소개 페이지를 올리거나 인터넷 포털 등에서 배너 광고 등을 단순히 게시하는 것은 모집이 아닌 광고에 해당한다고 판단하였다.

한편 소개나 추천 행위와 관련하여서는, 기존 유권해석들은 그에 대해 대가가 지급되는 경우에는 해당 행위는 모집 행위에 해당될 소지가 크다고 보는 입장이다. 소셜커머스나 인터넷 포털 등에서 불특정 다수인을 상대로 소개 페이지를 올리거나 배너 광고를 게시하는 경우와 달리, 특정인을 소개하거나 특정인에게 추천하는 경우에는 특정인에 대해 개별적으로 보험 가입을 유도하는 성격이 높아진다고 보는 것으로 이해된다.

불특정 다수인을 상대로 한 배너 광고 등의 경우와 달리 소개나 추천 행위의 경우 특정인에 대해 개별적으로 보험 가입을 유도하는 성격이 높아지며 따라서 규제의 필요성 또한 높아진다는 점에는 동의한다. 소개나 추천 행위에 대해 대가가 지급되는 경우에는 소개나 추천하는 사람으로서는 보험 가입을 유도할 개연성이 높아질 수도 있을 것이다. 그러나 소개나 추천이라는 이름하에 수많은 다양한 행위들이 이루어질 수 있는 것이므로, 우선 해당 사안에서 행해진 행위의 실질을 살펴서 과연 모집에 해당하는 정도의 행위가 있었는지를 엄밀히 따져볼 필요가 있다고 생각된다. 특정 보험 상품에 대한 추천이나 권유 등이 개입된 경우라면 모집에 해당할 수 있겠지만, 만약 특정 보험 상품에 대한 설명이나 가입 권유가 전혀 없이 단순히 지인을 보험회사나 모집종사자에게 소개하거나 지인의 정보를 전달한 정도의 경우라면, 과연 해당 행위의 실질을 모집으로 보아야 하는지는 의문이다.

특히 금융위원회 유권해석에서는 '금융기관보험대리점은 그 금융기관 소속 임직원

이 아닌 자로 하여금 모집을 하게 하거나, 보험계약 체결과 관련한 상담 또는 소개를 하게 하고 상담 또는 소개의 대가를 지급하여서는 안 된다'고 규정하고 있는 보험업법 제83조 제2항을 거론하면서 위 조항을 보더라도 소개를 하고 대가를 수령하는 경우에는 모집에 따른 대가에 해당할 수 있다고 판단하고 있는데, 이러한 논리 전개는 타당하지 않다고 생각된다.

금융기관보험대리점에만 적용되는 보험업법 제83조 제2항에서는 모집을 하게 하거나 상담·소개를 하게 하고 상담·소개에 대한 대가를 지급하는 것을 금지하고 있다. 한편 일반 규정인 보험업법 제99조에서는 모집을 위탁하거나 모집에 관하여 대가를 지급하는 것을 금지하고 있다.

위 두 조항을 비교해보면, 보험업법 제83조 제2항에서는 오히려 '상담 또는 소개'라는 용어를 별도로 사용하고 있는 것이며, 동 조항은 금융기관보험대리점으로 하여금 그 임직원이 아닌 자에게 모집에 대한 대가 지급을 금지하는 것에서 나아가 상담 또는 소개에 대한 대가 지급까지 명시적으로 금지하는 것으로 해석할 수도 있는 것이다. 즉, 금융기관보험대리점의 경우에는 모집에 해당하는지 여부는 다소 애매할 수 있더라도 보험계약 체결에 관한 상담 또는 소개에 대한 대가를 지급한 것이라면 이는 보험업법 제83조 제2항에 따라 명시적으로 금지되는 것이 맞다. 그러나 금융기관보험대리점이 아닌 경우라면, 보험업법 제99조에서는 모집을 위탁하고 모집에 관하여 대가를 지급하는 것을 금지하는 것이므로, 해당 행위의 실질을 살펴서 과연 그 행위가 보험 모집의 정도에 이르렀는지를 살펴보아야 할 것이다. 그런데, 금융기관보험대리점이 아닌 사안에서, 상담 또는 소개라는 이름으로 다양한 행위가 행해질 수 있는데 그 안에서 모집에 해당하는 행위가 있었는지 그 행위의 실질을 열심히 따져보는 것이 아니라, 금융기관보험대리점에 한하여 적용되는 보험업법 제83조 제2항을 근거로 들면서 상담 또는 소개에 대해 대가가 지급되었다는 이유만으로 해당 상담 또는 소개 행위를 무조건 모집 행위로 쉽게 결론 내리는 것은, 합리적이지 않을 수 있다고 생각된다.²⁹⁾

29) 입법론으로서는, 금융기관보험대리점이 아닌 경우에도 보험계약 체결 실적에 비례하여 상담·소개의 대가를 지급하는 것을 금지하는 조항을 신설하는 방안을 고려해볼 수 있겠음. 그러나 현행 규정하에서는 우선 그 행위의 실질이 모집에 해당하는지 여부를 열심히 따져볼 필요가 있다는 것임

한편 보험 상품에 대한 보험료 산출·비교 서비스와 관련해서는, 금융위원회는 이를 모집이 아니라 보험업법상 보험계약에 관한 사항의 비교·공시에 해당한다고 보고 있다. 특정 보험 상품에 대한 가입 권유 등이 포함되지 않은 순수한 보험료 비교의 경우에는 보험업법 제124조 제5항에 따른 비교·공시로서 보험업법규상 비교·공시에 관한 조항을 준수하면 될 것이다.

3. 기타 권유 행위 등에 관한 해석 사례

보험업법상 모집 행위 외에, 기타 금융 관련 법령상 모집 행위 또는 모집 행위와 유사한 개념이라고 볼 수 있는 권유 행위 등에 관한 해석 사례도 간단히 살펴보도록 한다.

가. 투자권유 행위

1) 자본시장과 금융투자업에 관한 법률상 투자권유 행위 규제

우선, 자본시장과 금융투자업에 관한 법률(이하 “자본시장법”이라 함)은 “투자권유” 행위에 대하여 일정한 규제를 하고 있다. 금융투자업자는 투자권유를 함에 있어 거짓의 내용을 알리는 행위, 불확실한 사항에 대해 단정적 판단을 제공하는 행위 등 부당권유를 해서는 안 되며(자본시장법 제49조), 적합성 원칙, 적정성 원칙, 설명의무 등의 적용을 받는다(자본시장법 제46조 내지 제47조). 금융투자업자는 일정 요건을 갖춘 자에게 투자권유를 위탁할 수 있는데 그 경우 위탁받은 자를 금융위원회³⁰⁾에 등록하여야 하며(자본시장법 제51조, 이에 따라 등록된 자를 “투자권유대행인”이라고 함), 투자권유대행인은 투자자로부터 재산을 수취하는 행위가 금지되는 등 일정한 규제를 적용 받는다(자본시장법 제52조).

자본시장법에서는 이러한 투자권유 행위에 대하여 “특정 투자자를 상대로 금융투자

30) 금융위원회는 그 등록 업무를 협회에 위탁할 수 있음(자본시장법 제51조 제3항)

상품의 매매 또는 투자자문계약·투자일임계약·신탁계약(관리형신탁계약 및 투자성 없는 신탁계약을 제외한다)의 체결을 권유하는 것”이라고 정의하고 있다(자본시장법 제9조 제4항).

2) 투자권유 행위 관련 대법원 판례

자본시장법상 투자권유 행위에 대하여 대법원 판결에서는 투자권유란 ‘계약 체결을 권유’하는 것이므로 민법상 청약의 유인, 즉 투자자로 하여금 청약하게끔 하려는 의사의 표시에 해당하여야 하며 따라서 특정 금융투자상품의 매매나 계약 체결의 권유가 수반되지 않는 단순한 상담이나 금융투자상품의 소개·설명, 계약이 이미 체결된 이후의 발언 등은 투자권유에 해당하지 않는다고 보았다. 그러나 단순한 상담이나 금융투자상품의 소개·설명 등의 정도를 넘어서 이와 함께 계약 체결을 권유하고 나아가 그러한 소개·설명 등을 들은 투자자가 해당 금융투자업자에 대한 신뢰를 바탕으로 계약 체결에 나아가거나 투자 여부 결정에 그 권유와 설명을 중요한 판단 요소로 삼았다면 해당 금융투자업자는 자본시장법상 투자권유를 하였다고 볼 수 있다고 하면서, 투자권유에 해당하는지는 설명의 정도, 투자 판단에 미치는 영향, 실무처리 관여도, 이익 발생 여부 등과 같은 투자에 관한 제반 사정을 종합하여 판단하여야 한다고 판시하였다(대법원 2017. 12. 5. 선고 2014도14924 판결).³¹⁾

또한 금융투자업자가 고객에게 다른 금융투자업자가 취급하는 금융투자상품을 소개한 사안에서 대법원은, 금융투자업자가 과거 거래 등을 통하여 자신을 신뢰하고 있는 고객에게 다른 금융투자업자가 취급하는 금융투자상품을 단순히 소개하는 정도를 넘어 계약 체결을 권유함과 아울러 그 상품에 관하여 구체적으로 설명하는 등 적극적으로 관여하고, 나아가 그러한 설명 등을 들은 고객이 해당 금융투자업자에 대한 신뢰를 바탕으로 다른 금융투자업자와 계약 체결에 나아가거나 투자 여부 결정에 그 권유와 설명을 중요한 판단요소로 삼았다면, 해당 금융투자업자는 자본시장법상 투자권유

31) 금융투자업자가 투자권유를 함에 있어 ‘불확실한 사항에 대하여 단정적 판단을 제공하거나 확실하다고 오인하게 할 소지가 있는 내용을 알리는 행위’를 한 경우에 해당하는지 여부가 문제된 사안임

를 하였다고 평가할 수 있고 그와 같이 평가되는 경우 해당 금융투자업자는 직접 고객과 금융투자상품에 관한 계약을 체결하는 것이 아니라 하더라도 고객에 대하여 해당 금융투자상품에 관한 적합성 원칙의 준수 및 설명의무를 부담한다고 판단하였다(대법원 2015. 1. 29. 선고 2013다217498 판결).³²⁾

3) 투자권유 행위 관련 유권해석 사례

자본시장법상 투자권유 행위 등에 관한 금융위원회 유권해석 사례들을 살펴보면, 금융투자업자와 핀테크 사업자 간 업무 제휴를 통해 핀테크 사업자가 제공하는 투자 정보 등을 이용하는 고객으로부터 금융투자업자에게 발생하는 수수료 수입의 일부를 금융투자업자가 핀테크 사업자에게 제공하는 것이 가능한지 질의한 사안에서 금융위원회는, 핀테크 사업자가 고객에게 종목 또는 포트폴리오를 추천·권유하는 등 투자정보를 제공하고 금융투자업자로부터 수수료 수입의 일부를 제공받기 위해서는 해당 핀테크 사업자가 투자자문업자로 등록하여야 할 것이라고 보았다(2016. 4. 19. 금융위원회 법령 해석 회신).

변액보험을 취급하는 모든 생명보험회사의 변액보험 상품별 펀드 수익률 및 수익률랭킹을 제공하는 플랫폼을 운영하는 것이 무면허 투자자문업에 해당할 소지가 있느냐는 질문에 대하여, 기존 공시자료를 취합하여 전체 변액보험 상품의 펀드수익률 등을 별도의 대가 없이 단순히 보여주기만 하는 차원이라면 자본시장법상 투자자문업에 해당하지 않을 것이나, 정보 제공이 추천이나 가입 유도, 가입 시 판매사나 투자자로부터 수수료 수취 등 간접적이라도 자문이나 투자권유 행위 등과 결합되는 경우에는 투자자문업이나 투자권유 행위로 볼 수 있다고 답신하였다(2017. 11. 7. 금융위원회 법령 해석 회신).

32) A라는 금융투자업자의 직원이, 자신이 과거에 거래를 하여 알고 있던 고객에게, B라는 금융투자업자의 투자일임계약과 관련하여 상품 내용 및 그 동안의 운용결과 등을 설명하였고, 고객은 그 설명을 듣고 B의 투자일임계약에 대해 알게 되어 투자하려는 의사를 가지게 되었으며, A의 직원이 고객 명의의 투자성향진단결과 확인서 및 투자일임계약서를 작성하기도 하여 고객으로서는 A의 직원이 투자일임계약을 중개하는 역할을 하는 것으로 판단할 수 있다고 보았음. 해당 사안에서 A는 해당 투자일임계약의 체결로 운용수익 내지 판매수수료를 취득하지는 않았으나 A에 개설된 계좌를 통해서 옵션거래가 이루어졌기 때문에 B의 거래 행위마다 A가 거래수수료를 취득하였음

특정인을 소개하는 행위와 관련하여서는 금융위원회는 투자권유 행위에 해당할 가능성이 있다고 보는 입장인 것으로 이해된다. 농협은행이 부동산담보신탁의 소개 업무를 지역 농·축협에 위탁하는 것이 가능한지 여부를 질의한 사안에서, 표현상 소개라는 용어를 사용하더라도 그 형태가 담보계약의 체결 의사가 있는 특정 고객을 대상으로 특정업자(농협은행)의 금융상품을 권유한다는 점과 단순히 소개 행위 자체에 대하여 대가를 지급하는 것이 아니라 계약이 체결된 건에 대해서만 대가를 지급한다는 점에 의할 때 투자권유에 해당될 소지가 높다고 판단하였다(2017. 1. 9. 금융위원회 법령 해석 회신).

또한 금융투자업자가 증권계좌를 개설하는 신규 고객을 소개한 기존 고객에게 소정의 금전 등을 지급하는 행위에 대하여, 금융위원회는, 금융투자업자에게 신규 고객을 소개한 기존 고객의 행위는 그 대가를 지속·반복적으로 수취할 수 있다는 점 및 신규 고객이 해당 계좌를 통해 금융투자상품을 매입할 수 있다는 점에서 사실상 투자권유 대행인의 투자권유 행위와 동일한 것으로 볼 수 있으므로 신규 고객을 소개하는 기존 고객은 무등록 투자권유대행인에 해당할 소지가 있다고 해석하였다(2017. 7. 25. 금융위원회 법령 해석 회신).

마찬가지로, 투자중개업자가 일정 규모 이상의 해외선물 계약을 체결하는 신규 고객을 소개한 기존 고객에게 소정의 금전을 지급하는 행위에 대해서도, 그러한 기존 고객의 행위는 추천 인원에 따라 그 대가를 지속·반복적으로 수취할 수 있다는 점에서 사실상 투자권유 행위와 동일하다고 보았다(2017. 7. 12. 금융위원회 법령 해석 회신).³³⁾

한편 투자상품 판매를 촉진하기 위한 가두 캠페인과 관련해서는, 특정 투자자에게 매매의 체결을 권유하는 것이 아니라 불특정 다수의 일반 다중에게 광고 자료를 배포하는 행위에 불과하므로 투자권유의 단계로 볼 수 없으며 단순한 판매촉진 행위에 해당한다고 해석하였다(2016. 1. 7. 금융위원회 법령 해석 회신).

33) 앞서 살핀바와 같이 금융위원회는 보험 모집과 관련해서도 기존 보험계약자 등이 지인을 보험회사에 소개하거나 지인에게 보험 상품을 추천하여 보험계약이 체결된 경우 해당 보험계약자 등에 대하여 수수료를 지급하는 행위에 대하여 모집 행위에 해당될 소지가 크다고 해석한 바 있음(2015. 4. 30. 금융위원회 법령 해석 회신)

나. 신용카드 모집 행위

1) 여신전문금융업법상 신용카드 모집 행위 규제

여신전문금융업법(이하 “여전법”이라 함)에서는 신용카드 모집 행위를 규율하고 있다. 신용카드 회원을 모집할 수 있는 자는 해당 신용카드업자의 임직원, 신용카드업자를 위하여 신용카드 발급계약의 체결을 중개하는 자(모집인), 신용카드업자와 신용카드 회원의 모집에 관하여 업무 제휴 계약을 체결한 자 및 그 임직원으로 한정되며(여전법 제14조의2), 모집인이 되려면 일정한 자격을 갖추어야 하고 신용카드업자는 소속 모집인이 되고자 하는 자를 금융위원회³⁴⁾에 등록하여야 한다(여전법 제14조의3). 그리고 신용카드업자는 위 여전법 제14조의2에 해당하는 자 외의 자에게 신용카드 회원의 모집을 하게 하거나 모집에 관하여 수수료, 보수, 그 밖의 대가를 지급하는 것이 금지되며, 모집인은 일정한 영업 행위 규제를 적용받게 된다(여전법 제14조의5).

여전법상 ‘신용카드 모집’의 의미나 범위에 대해서 별도로 정의하고 있는 조항은 없다.³⁵⁾

2) 신용카드 모집 행위 관련 유권해석 사례

신용카드 모집 행위에 관한 금융위원회 유권해석 사례를 살펴보면, 우선 지인 추천 행위에 대해서는, 해당 행위가 지속적·반복적 행위인지 여부에 따라 모집 행위 해당 여부를 달리 판단하는 것으로 보인다.

즉, 신용카드 회원이 지인에게 신용카드를 추천하여 지인이 신용카드를 발급받는 경우 신용카드업자가 그 추천인에게 경제적 혜택을 제공하는 것이 가능한지 질의한 사안에서, 금융위원회는 지인 추천을 통한 경제적 대가 지급이 신용카드업자 주도로

34) 금융위원회는 그 등록 업무를 협회에 위탁함(여전법 제14조의3 제3항)

35) 여전법상 ‘가맹점모집인’에 대해서는 ‘신용카드업자를 위하여 가맹점계약의 체결을 중개 또는 대리하고 부가통신사업자를 위하여 신용카드 단말기를 설치하는 자로서 제16조의3에 따라 금융위원회에 등록을 한 자를 말한다’고 정의하고 있으나(여전법 제2조 제5의3 호), 그 외에 신용카드 모집인이나 신용카드 모집에 대한 정의 규정은 별도로 두고 있지 않음

반복적으로 또는 과다하게 제공된다면 신용카드업자는 실질적으로 모집인 등록 없이 신용카드 회원을 모집할 수 있어 신용카드 회원 모집인의 등록 및 모집 질서 유지를 규정한 여전법의 취지에 반할 수 있으므로 신용카드 회원이 지인 추천 행위를 반복적으로 행하여 경제적 대가를 지급받는 경우에는 단순한 소개가 아니라 모집에 해당한다고 해석하였다. 다만 지속적·반복적인 추천 또는 신용카드업자 주도의 지인 추천 서비스 이용 등을 통해 경제적 이익을 제공받는 경우가 아니라, 지인에 대한 일회적 단순 소개에 해당한다면, 신용카드업자가 지인을 추천한 카드 회원에게 합리적 범위 내의 경제적 이익을 제공하는 것은 가능할 것이라고 답신하였다(2015. 12. 23. 금융위원회 법령 해석 회신, 2017. 10. 18. 금융위원회 법령 해석 회신).

신용카드업자가 제휴사의 인터넷 홈페이지에서 카드 상품 광고를 하고 그 광고를 통해 고객이 유입되어 카드가 발급된 경우 제휴사에게 그 발급 실적에 따라 수수료를 지급하는 행위에 대해서는, 해당 제휴사에 카드 상품 ‘광고’에 따른 발급 실적에 따라 수수료를 지급하는 것은 모집 자격이 없는 자에게 모집에 관하여 대가를 지급하는 것을 금지하는 여전법 조항에 위반되지 않는다고 하면서, 다만 신용카드 회원의 ‘모집’에 해당하는지는 개별 사안의 구체적 사실관계를 검토하여 판단할 사항으로서 법령해석 회신문에서 일률적으로 세부적인 판단 기준을 정하기는 어렵다고 덧붙였다(2018. 1. 18. 금융위원회 법령 해석 회신).

IV. 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 해외 사례

본 장에서는 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대하여 참고할 수 있는 일본, 미국 및 영국의 사례를 소개한다.

1. 일본

가. 보험 모집 행위

일본 보험업법은 보험 모집에 대하여 “보험계약 체결의 대리 또는 매개”를 하는 것이라고 정의하고 있고(일본 보험업법 제2조 제26항),³⁶⁾ 우리나라와 마찬가지로 그 구체적인 의미나 범위에 대해서는 별도의 세부 규정을 두고 있지 않다.

한편 일본 금융청(金融庁)의「보험회사에 대한 종합적인 감독지침」(保険会社向けの総合的な監督指針, 이하 “감독지침”이라 함)에서는 보험 모집 행위의 의미에 대하여 설명하고 있고 특히 최근에는 ‘모집 관련 행위’라는 개념을 새롭게 도입하였는데, 그 내용을 살펴보면 다음과 같다.

우선, 일본 금융청의 감독지침에서는 보험업법 제2조 제26항에서 정의하고 있는 보험 모집에 대하여, 다음과 같은 네 가지 유형의 행위를 의미한다고 설명하고 있다(감독지침 II-4-2-1(1)①).

36) 第二条 26 この法律において「保険募集」とは、保険契約の締結の代理又は媒介を行うことをいう

- ① 보험계약 체결의 권유(保険契約の締結の勧誘)
- ② 보험계약 체결의 권유를 목적으로 한 보험 상품의 내용 설명(保険契約の締結の勧誘を目的とした保険商品の内容説明)
- ③ 보험계약 신청의 수령(保険契約の申込の受領)
- ④ 기타 보험계약 체결의 대리 또는 매개(その他の保険契約の締結の代理又は媒介)

그리고 위 ④의 ‘기타 보험계약 체결의 대리 또는 매개’에 해당하는지 여부에 대해서는, ㉗ 보험회사 또는 보험모집인 등으로부터 보수를 받는 경우나 보험회사 또는 보험모집인과 자본 관계를 가지는 경우 등 보험회사 또는 보험모집인이 행하는 모집 행위와 일체성·연속성을 충족하도록 하는 사정이 있을 것과 ㉘ 구체적인 보험 상품을 추천·설명할 것이라는 두 가지 요건에 비추어 종합적으로 판단한다고 규정하고 있다(감독지침 II-4-2-1(1)②).

감독지침에서는 ‘㉗ 및 ㉘의 요건에 비추어 종합적으로 판단한다’라고 기재하고 있어서, 모집 행위에 해당하기 위해서는 위 두 가지 요건을 모두 충족시킬 필요가 있는 것인지 아니면 둘 중 하나의 요건만 충족해도 모집에 해당할 수 있는 것인지 여부가 문제될 수 있는데, 이와 관련하여, 보험 모집 해당 여부를 판단함에 있어서는 위 ㉗ 및 ㉘의 두 가지 요건 모두를 충족시킬 필요가 있으며 양쪽 요건 모두에 해당하는 경우에 그 요건들을 충족하는 정도, 즉 구체적인 보수액의 수준과 상품의 추천·설명 정도 등을 종합적으로 판단해야 하는 것이라고 해석하는 견해가 있다.³⁷⁾

한편 감독지침상 모집 행위의 개념 및 유형과 관련하여 일본손해보험협회가 보험모집 시 준수하여야 할 사항에 대해 정리하여 운영하고 있는 「모집 컴플라이언스 가이드」(募集コンプライアンスガイド)에서는 다음과 같이 해설하고 있다.

37) 細田浩史(2016)

〈표 IV-1〉 일본손해보험협회 가이드라인상 모집 행위 유형

항목	모집 행위 유형
1. 보험계약 체결의 권유	
1-1	대면·비대면모집을 불문하고, 고객에게 정보 제공이나 행동을 촉구하여 보험에 가입하도록 권유하는 것(보험계약 체결 여부를 불문함)
2. 보험계약 체결의 권유를 목적으로 한 보험 상품의 내용 설명	
2-1	대면·비대면모집을 불문하고, 보험 가입을 권유하기 위해 상품 내용을 설명(상품 개요의 설명을 포함)하는 것
2-2	보험 가입을 권유하기 위해 팸플릿이나 계약 개요, 주의환기정보의 설명·교부, 보험료의 설명 등을 하는 것
2-3	잠재고객으로부터 보험금이 지급되는 경우·지급되지 않는 경우에 관한 문의를 받아 회답하는 것
3. 보험계약 신청의 수령	
3-1	계약신청서의 내용·기재의 설명, 고객으로부터의 고지 수령, 고객으로부터의 서명 또는 날인 획득, 보험료의 수령, 보험료납입영수증의 교부 등을 하는 것
3-2	자동차손해배상책임보험의 계약 절차(보험료의 수령, 증명서의 교부)를 진행하는 것
4. 기타 보험계약 체결의 대리 또는 매개	
4-1	잠재고객의 발굴에서 계약 성립에 이르기까지의 일련의 과정에 있어 당해 행위의 평가에 입각하여 다음의 ㉔ 및 ㉕의 요건에 비추어 상기 1항에서 3항에 해당한다고 종합적으로 판단되는 행위 ㉔ 모집인이 행하는 모집 행위와 일체성·연속성을 추측시키는 사정이 있을 것 ㉕ 구체적인 보험 상품의 추천·설명을 하고 있을 것

자료: 日本損害保険協会(2017)

일본손해보험협회 가이드에서는, 위 4-1의 행위 중 ㉔ 요건과 관련하여, 보험회사나 보험모집인으로부터 보수를 받는 경우나 보험회사 또는 보험모집인과 자본 관계를 가지는 경우(보험회사 또는 보험모집인과 출자 관계가 25%를 넘는 경우, 임직원 파견 등의 인적 관계가 있는 경우 등)가 이에 해당할 수 있다고 설명하고 있다. 또한 ㉕의 ‘구체적인 보험 상품의 추천·설명을 하고 있을 것’ 요건과 관련하여서는, 구체적인 보험의 내용이나 우위성에 대한 것이 아니라면 단순히 보험회사명이나 보험 상품·종목명, 대리점명을 제시한 것만 가지고 즉시 모집 행위에 해당한다고 볼 수는 없다고 한다. 다만 일련의 행위 중에서 특정 보험회사의 보험 상품을 추천하는 듯한 의미에서 보험회사명을 알리는 경우에는 ‘구체적인 보험 상품의 추천·설명’에 해당할 가능성이 있으므로

로 신중한 대응이 필요하며 특히 모집 관련 행위 종사자에게 현금 보수 등을 동반하여 잠재고객을 소개하게 하는 경우에도 주의가 필요하다고 해설하고 있다.

나. 모집 관련 행위

한편 2015년에 개정된 금융청 감독지침³⁸⁾에서는 ‘모집 관련 행위’(募集関連行為)라는 개념을 새롭게 도입하였다.

실무상 잠재고객의 발굴에서부터 보험계약의 체결에 이르는 일련의 과정에서 잠재고객의 소개나 비교사이트 운영 등 반드시 ‘모집’에 해당하는지가 명확하지 않은 행위를 보험모집인 이외의 자가 수행하는 사례가 증가하고 있는데 법규상 기준만으로는 모집과의 구분이 명확하지 않은 경우가 있으므로 모집 규제가 미치는 범위에 대해서 다시 정리할 필요성이 있다는 인식이 제기되었기 때문이다.

또한 소비자 보호를 위해서 이러한 행위를 규율할 필요는 없는지도 문제되었다. 넓은 의미에서의 보험 모집 프로세스 중에서 모집 자격이 없는 자가 그 일부의 역할을 담당하는 것 자체는 반드시 문제가 있다고는 볼 수 없지만, 만약 보험모집인이 고객을 접촉하기 전의 단계에서 모집 자격이 없는 자가 보험 상품에 대하여 부적절한 추천을 하고 잘못된 정보를 제공하는 경우 이는 고객으로 하여금 보험 상품의 내용에 대해 잘못된 인식을 하게 할 수 있고 나중에 보험모집인이 정확한 정보를 제공하더라도 앞서 형성된 잘못된 인식을 바로잡기 어려울 수 있으므로, 모집 규제 자체는 적용하지 않더라도 일정한 규율 대상으로 할 필요성이 있다는 점이 지적된 것이다.³⁹⁾

이러한 취지에서 금융청에서는 감독지침을 개정하여 ‘모집 관련 행위’라는 개념을 신설하였다.

38) 2016. 5. 29.부터 시행

39) 細田浩史(2016); 若狹一行(2016. 7. 15); 金融審議會(2013. 6. 7)

1) 모집 관련 행위의 의미

금융청 감독지침상 ‘모집 관련 행위’란, ‘잠재고객의 발굴에서부터 계약 성립에 이르기까지 넓은 의미에서의 보험 모집 프로세스 중에서 보험 모집에 해당하지 않는 행위’로 정의되어 있다(감독지침 II-4-2-1(2)). 즉, 넓은 의미에서의 보험 모집 프로세스 중 모집 이외의 부분이라는 정도로만 규정하고 있으며, 모집 관련 행위의 구체적인 의미나 범위에 대해서 그 이상 적극적으로 정하고 있지는 않다.

다만 금융청 감독지침에서는 ‘모집 관련 행위’에 해당하는 행위의 예시로서, ① 보험 상품의 추천·설명을 하지 않고 잠재고객의 정보를 보험회사 또는 보험모집인에게 제공할 뿐인 행위와 ② 비교사이트⁴⁰⁾ 등 상품 정보의 제공을 주된 목적으로 한 서비스 중 보험회사 또는 보험모집인으로부터의 정보를 전제(옮겨 신는 것)하는 것에 그치는 행위를 제시하고 있다.

그리고 이와 구분해서, 업으로 특정 보험회사의 상품(군)만을 잠재고객에 대해서 적극적으로 소개하고 보험회사 또는 보험모집인으로부터 보수를 받는 행위, 또는 비교사이트 등 상품 정보의 제공을 주된 목적으로 한 서비스를 제공하는 자가 보험회사 또는 보험모집인으로부터 보수를 받고 구체적인 보험 상품의 추천·설명을 하는 행위의 경우에는 보험 모집 행위에 해당할 수 있으므로 유의할 필요가 있다고 덧붙이고 있다.

한편 보험회사 또는 모집종사자의 지시를 받아 행하는 상품안내전단지 등의 단순 배포, 콜센터 오퍼레이터가 실시하는 사무적인 연락 접수나 사무 절차 등에 대한 설명, 금융상품설명회에서의 일반적인 보험 상품의 구조나 활용법 등에 대한 설명, 보험회사 또는 보험모집인의 광고를 게재하는 행위⁴¹⁾의 경우에는 기본적으로 모집 행위 및

40) 보장 내용이나 보험료 등에 관한 희망 조건을 입력하면 복수의 보험회사 상품 간 비교 내용이 표시되는 인터넷 사이트를 의미함, 細田浩史(2016)

41) 이와 관련하여 일본손해보험협회 가이드라인에서는, 광고를 단순히 게재할 뿐인 행위라면 모집 행위 및 모집 관련 행위에 모두 해당하지 않지만, 만약 해당 광고와 더불어 광고매체 등이 독자적인 견해로서 해당 상품을 추천하는 내용을 기재하고 있는 경우에는 모집인이 행하는 모집 행위와 일체성·연속성을 추측시키는 사정이 있는지 및 구체적인 보험 상품의 추천·설명을 하고 있는지를 판단하여, 만약 양쪽 모두에 해당하는 경우에는 구체적인 보수액의 수준과 상품의 추천·설명의 정도 등을 종합적으로 고려하여 보험 모집 해당 여부를 판단할 필요가 있다고 기재하고 있음

모집 관련 행위의 어디에도 해당하지 않는다고 설명하고 있다. 일본손해보험협회 가이드라인에서는 이에 더하여 보험모집인의 지시에 따라 행하는 수지명세표의 기장 업무, 보험료보관계좌의 관리업무, 정산업무, 신청서 부분·보험증권사본 등의 보관업무, 전화의 단순한 연결 업무 등도 모집 행위 및 모집 관련 행위에 해당하지 않는다고 예시하고 있다.

〈표 IV-2〉 일본 금융청 감독지침상 모집 행위 및 모집 관련 행위

구분	내용
모집 행위	• 보험계약 체결의 권유 • 보험계약 체결의 권유를 목적으로 한 보험 상품의 내용 설명 • 보험계약 신청의 수령 • 기타 보험계약 체결의 대리 또는 매개* * 보험회사 또는 보험모집인 등으로부터 보수를 받는 경우나 보험회사 또는 보험모집인과 자본 관계를 가지는 경우 등 보험회사 또는 보험모집인이 행하는 모집 행위와 일체성·연속성을 추측하도록 하는 사정이 있을 것과 구체적인 보험 상품을 추천·설명할 것이라는 두 가지 요건에 비추어 종합적으로 판단함 〈모집 행위에 해당할 수 있는 행위의 예시〉 - 업으로 특정 보험회사의 상품(군)만을 잠재고객에 대해서 적극적으로 소개하고 보험회사 또는 보험모집인으로부터 보수를 받는 행위 - 비교사이트 등 상품 정보의 제공을 주된 목적으로 한 서비스를 제공하는 자가 보험회사 또는 보험모집인으로부터 보수를 받고 구체적인 보험 상품의 추천·설명을 하는 행위
모집 관련 행위	• 잠재고객의 발굴에서부터 계약 성립에 이르기까지 넓은 의미에서의 보험 모집 프로세스 중에서 보험 모집에 해당하지 않는 행위 〈모집 관련 행위에 해당할 수 있는 행위의 예시〉 - 보험 상품의 추천·설명을 하지 않고 잠재고객의 정보를 보험회사 또는 보험모집인에게 제공할 뿐인 행위 - 비교사이트 등 상품 정보의 제공을 주된 목적으로 한 서비스 중 보험회사 또는 보험모집인으로부터의 정보를 전제(옮겨 싣는 것)하는 것에 그치는 행위
모집 행위, 모집 관련 행위에 모두 해당하지 않는 행위	• 보험회사 또는 모집종사자의 지시를 받아 행하는 상품안내전단지의 단순 배포 • 콜센터 오퍼레이터가 실시하는 사무적인 연락 접수나 사무 절차 등에 대한 설명 • 금융상품설명회에서의 일반적인 보험 상품의 구조나 활용법 등에 대한 설명 • 보험회사 또는 보험모집인의 광고를 게재하는 행위

자료: 金融庁(2017)

2) 모집 관련 행위에 대한 규제 내용

‘모집 관련 행위’의 경우 ‘모집’에는 해당하지 아니하므로 그에 대해 모집 규제가 바로 적용되는 것은 아니며, 모집 관련 행위를 하는 자에 대해서도 별도의 규제를 부과하고 있지는 아니하다.

그러나 감독청 감독지침은, 보험회사 또는 보험모집인에 대한 규제 측면에서, 보험회사나 보험모집인이 제3자에게 모집 관련 행위를 위탁하는 경우의 유의 사항에 대하여 규정하고 있다.

즉, 모집 관련 행위 종사자에게 모집 관련 행위를 위탁하는 보험회사와 보험모집인은 모집 관련 행위 종사자가 모집 규제 등에 위반되는 일이 없도록 관리·감독할 의무를 진다는 것으로,⁴²⁾ 감독지침에서는 보험회사 또는 보험모집인이 제3자에게 모집 관련 행위를 위탁하는 경우 해당 모집 관련 행위 종사자가 부적절한 행위를 하지 않도록 ① 모집 관련 행위 종사자에 의해 보험 모집이나 특별이익 제공 등 모집 규제의 잠탈로 이어지는 행위가 이루어지고 있지는 않은지, ② 모집 관련 행위 종사자가 운영하는 웹사이트 등 상품 정보 제공을 주된 목적으로 한 서비스에 있어서 잘못된 상품 설명이나 특정 상품에 대한 부적절한 평가 등 보험모집인이 모집 행위를 할 때에 고객이 올바르게 상품을 이해하는 것을 방해할 우려가 있는 행위가 이루어지고 있지는 않은지, ③ 모집 관련 행위 종사자에 있어서 개인정보의 제3자 제공과 관련되는 고객 동의 획득 등의 절차가 개인정보보호에 관한 법률 등에 따라 적절하게 이루어지는지를 유의하여야 한다고 정하고 있다.

아울러 감독지침에서는, 모집 관련 행위 종사자가 보험모집인으로부터 고액의 소개료나 인센티브 보수(보험계약 체결 실적에 비례하여 지급되는 경우임)를 받고 잠재고객을 소개하는 경우 일반적으로 그러한 보수 체계는 원래는 모집 관련 행위 종사자가 할 수 없는 구체적인 보험 상품의 추천·설명 행위(즉 모집에 해당하는 행위)를 할 개연성을 높일 수 있음을 지적하고 따라서 보험회사 또는 모집종사자는 모집 관련 행위 종사자에

42) 細田浩史(2016), 보험업법시행규칙 제53조의11 및 제227조의11에서 정하고 있는 위탁처 관리에 관한 제제 정비 의무의 적용 또는 유추적용을 받는다는 것임

게 지급하는 수수료의 설정에 대해서도 신중한 대응이 필요하다고 덧붙이고 있다.

위와 같은 감독지침상 모집 관련 행위 규제와 관련하여 일본생명보험협회는 「모집 관련 행위에 대한 가이드라인」(募集関連行為に関するガイドライン)을 마련하여 보험 회사 또는 보험모집인이 제3자에게 모집 관련 행위를 위탁하는 경우에 유의할 사항에 대하여 정하고 있다. 이에 의하면 보험모집인은 모집 관련 행위를 위탁한 제3자가 부적절한 행위를 하지 않도록 적절한 위탁처 관리를 할 필요가 있고, 보험회사는 보험모집인이 모집 관련 행위를 제3자에게 위탁한 경우 해당 보험모집인이 적절한 위탁처 관리를 실시하도록 지도할 필요가 있으며 보험회사 자신이 모집 관련 행위를 제3자에게 위탁한 경우에는 스스로 적절한 위탁처 관리를 할 필요가 있다. 모집 관련 행위 종사자에 의해 보험 모집이나 특별이익 제공 등 모집 규제의 잠탈로 이어지는 행위가 이루어지지 않도록, 위탁처가 행하는 모집 관련 행위 상황과 관련하여 위탁 시 뿐만 아니라 정기적으로 이를 확인하고 필요에 따라서는 해당 상황의 개선을 요구하는 등 적절하게 위탁처를 관리하여야 한다고 해설하고 있으며, 비교사이트 위탁과 관련해서는 위탁처가 행하는 표시가 보험 모집에 해당하지 않도록 적절성을 확보하기 위한 조치, 만약 위탁처가 부적절한 표시를 하고 있는 경우에는 해당 위탁처에게 내용을 수정 또는 제거하도록 하기 위한 조치, 위탁처가 자체적인 취재 등에 의거하여 견해를 표시하는 경우 그러한 표시와 보험회사가 행하는 표시의 오인을 방지하기 위한 조치 등을 강구하는 것이 바람직하다고 기재하고 있다.

2. 미국

가. 보험 모집 행위

미국 전미보험감독자협의회(National Association of Insurance Commissioners, 이하 “NAIC”라 함)의 「보험모집인 면허 모델법」(Producer Licensing Model Act, 이하 “NAIC 모델법”이라 함)에 의하면, 보험을 판매(Sell)하거나 판매권유(Solicit)하거나 교섭

(Negotiate)하기 위해서는 면허(License)가 필요하며,⁴³⁾ 이들을 보험모집인(Insurance producer)이라 칭한다.⁴⁴⁾ 보험회사 또는 보험모집인은 보험 모집에 관한 면허가 필요한 예도 불구하고 면허를 취득하지 않은 자에 대해서는 보험의 판매, 판매권유 또는 교섭에 대한 수수료·서비스 비용·중개 비용 등 대가를 지급하는 것이 금지되며, 대가를 받는 사람의 입장에서도 마찬가지로 어떠한 사람이 면허를 취득하지 않고 보험의 판매, 판매권유 또는 교섭에 대한 수수료·서비스 비용·중개 비용 등 대가를 지급받는 것이 금지된다.⁴⁵⁾ 한편 보험회사나 보험모집인은 해당 주 안에서 보험의 판매, 판매권유 또는 교섭을 행하지 않는 사람에 대해서는, 대가의 지급이 각 주의 관련 법규(예컨대 리베이트 금지 조항 등)에 위반되지 않는 한, 수수료·서비스 비용·중개 비용 등 대가를 지급하는 것이 가능하다.⁴⁶⁾

NAIC 모델법상 보험의 판매(Sell)란 ‘보험회사를 대신하여 어떠한 대가를 받고 보험 계약을 교환하는 것’(Exchange a contract of insurance by any means, for money or its equivalent, on behalf of an insurance company)을 의미한다.⁴⁷⁾ 보험의 판매권유(Solicit)에 대해서는 ‘보험의 판매를 시도하거나 또는 어떤 사람으로 하여금 특정 회사의 특정 종류의 보험에 청약하도록 요청 또는 설득하는 행위’(Attempting to sell insurance or asking or urging a person to apply for a particular kind of insurance from a particular company)로 정의하고 있으며,⁴⁸⁾ 보험의 교섭(Negotiate)에 대해서는 ‘특정 보험계약의 급부나 계약조건에 관하여 보험계약자 또는 가망고객과 직접 상의하거나 그들에게 직접 조언을 제공하는 행위로서, 다만 해당 행위를 하는 자가 직접 보험을 판매하거나 보험계약자를 위하여 보험회사로부터 보험을 조달해오는 경우’(Conferring directly with or offering advice directly to a purchaser or prospective purchaser of a particular contract of insurance concerning any of the

43) Section 3

44) Section 2. D

45) Section 13. A 및 13. B

46) Section 13. D

47) Section 2. M

48) Section 2. N

substantive benefits, terms or conditions of the contract, provided that the person engaged in that act either sells insurance or obtains insurance from insurers for purchasers)라고 정의하고 있다.⁴⁹⁾

한편 NAIC 모델법에서는 보험모집인 면허 요건의 적용이 배제되는 경우들 (Exceptions to Licensing)에 대해서도 정하고 있는데, 이에 의하면 보험 판매 권유의 의도 없이 단순히 광고만 하는 자의 경우에는 보험모집인으로서의 면허를 취득할 필요가 없다.⁵⁰⁾

모집 행위의 범위와 관련하여 NAIC에서는 「보험모집인 면허 모델법 실무 지침」(Implementation Guidelines of the Producer Licensing Model Act)⁵¹⁾을 마련하여, 보험모집인 면허가 필요한 모집 행위와 면허가 필요하지 않은 단순 사무 행위(Clerical acts)에 대해 구체적으로 예를 들어 설명하고 있다. 해당 내용을 살펴보면 다음과 같다.

〈표 IV-3〉 NAIC 실무 지침상 모집 행위 구분

행위	모집에 해당	모집에 해당하지 않음
판매권유(Solicit)		
브로셔 및 기타 일반적인 정보 제공 행위(계약 조건과 관련해서는 별도의 언급이 없는 경우)		√
잠재적 또는 현재 보험계약자의 요청에 따라 구매자 가이드, 보험 지원서, 담보 범위 선택 양식 또는 기타 유사한 양식을 배포하는 행위		√
보험모집인에게 제공하기 위해 보험계약자로부터 정보를 수령하고 기록하는 행위		√
보험모집인과의 상담 일정을 잡는 행위		√
발표·출판된 목록 또는 컴퓨터 데이터베이스의 표준요율을 참조하여 요율에 대한 정보를 제공하는 행위	√	

49) Section 2. K

50) Section 4. B(5). 한편 NAIC 모델법은 광고의 의미에 대해서는 별도의 정의 규정을 두고 있지 않음

51) 2000. 8. 27

〈표 IV-3〉 계속

행위	모집에 해당	모집에 해당하지 않음
교섭(Negotiate)		
보험모집인의 검토 완료에 필수적인 사실 정보를 얻기 위하여 보험계약자 또는 잠재적 보험계약자와 의사소통하는 행위		√
담보 범위에 대해 설명, 논의 또는 해석하는 행위, 위험 노출 또는 보험 증권에 대해 분석하는 행위, 담보 범위에 대해 의견을 제시하거나 추천하는 행위	√	
잠재적 보험계약자의 연령, 건강 또는 기타 위험 관련 조건의 영향에 대해 논의하는 행위	√	
잠재적 보험계약자가 특정 보험을 구매하거나 특정 보험회사와 보험계약을 체결하도록 조언, 권고 또는 충고하는 행위	√	
판매(Sell)		
인가된 보험모집인에게 전달하기 위한 가입 요청 수령 또는 보험 회사 또는 인가된 보험모집인의 감독하에 개발·유지되는 자동화 시스템을 통한 가입 요청 수령 행위		√
신청자 또는 보험계약자 정보 수령 및 기록, 보험모집인 지침에 따른 검토를 위한 보험계약 신청서 준비 행위		√
신용기관, 차량등록사업소, 기타 보험 대리점 및 회사로부터 언더라이팅 정보를 획득하는 행위		√
보험사 또는 인가된 보험모집인이 고용한 언더라이터로서 인가된 보험모집인이 송부한 신청서를 수령하는 즉시 언더라이팅 검사 및 조사 시 확실한 회계 또는 손실 관리에 관련된 정보의 요청 및 검토, 제출된 신청서에 기재된 보험계약자의 신체검사 결과 요청 및 검토, 신청자 이외의 사람들에게 정보 요청 및 검토, 신청자의 보험회사 언더라이팅 기준 충족 여부 확인, 보험계약자 또는 보험자에게 보험증권 메일 발송 행위		√
요청한 담보 범위가 확약 또는 명시되어 있거나 될 것인지를 알려주는 행위	√	
담보를 확약하는 행위	√	
신청자 또는 보험계약자의 정보 수령 및 기록, 보험모집인의 검토 및 서명을 위한 보험모집인의 지침에 따른 바인더, 확인서, 배서, 신분증 또는 보험증권 등 제반 준비 행위		√
바인더, 배서 또는 기존 보험에 의해 이루어지는 등록된 장소에서의 보험료 수령 행위		√
보험 증서, 배서, 바인더, 확약서, 보험증권 또는 보험증의 발급 행위	발급 행위가 단순한 물리적 전달 행위인지 아니면 보험증권의 발효 행위인지에 따라 달리 판단됨	

〈표 IV-3〉 계속

행위	모집에 해당	모집에 해당하지 않음
기존 보험계약자에 대한 서비스(Servicing of Existing Policyholders)		
피보험자의 기존 보험 증권에 대한 추가 또는 삭제 요청의 수련 및 기록, 적절한 배서 준비 또는 변경 작업 행위		√ (요청된 변경사항에 대해서만 효율적 제공 가능)
보험 증권에 표기된 피보험자의 담보범위에 대한 정보 제공 행위		√
유지 중인 보험에 대한 추가 또는 변경 사항(차량, 재산, 운전자)을 보고하는 전화를 수신하는 행위		√
메일 수신, 사무실 서류 정리 및 청구서 발송 행위		√

자료: NAIC(2000. 8. 27), "Implementation Guidelines of the Producer Licensing Model Act"

뉴욕주 보험국에서도 웹사이트를 이용한 보험의 광고, 소개 및 모집(판매권유)의 구분에 대해 일응의 기준을 제시한 바 있다.⁵²⁾

이에 의하면 웹사이트에서 단지 보험 상품에 대한 광고(Advertisements)를 포함하고 있을 뿐인 경우에는 모집에 해당하지 않는다고 본다. 어떠한 광고 또는 웹사이트가 보험 상품에 대한 추천(Recommendation)이나 지지(Endorsement), 프로모션(Promotion)의 내용을 포함하거나 그러한 형태에 의하지 않는 경우라면, 해당 광고나 웹사이트에서 보험 모집이 이루어지는 웹사이트로의 링크를 제공하더라도, 모집이 아닌 것으로서 허용된다는 것이다. 따라서 이러한 단순 광고의 경우 보험모집인 면허가 없는 자도 제공할 수 있으며, 광고에 대한 대가를 해당 광고의 결과 체결된 보험 실적에 따라 산정하는 것도 가능하다고 본다.

만약 어떠한 광고 또는 웹사이트가 보험 상품에 대한 추천, 지지 또는 프로모션의 내용을 포함하거나 그러한 형태에 의하는 경우에는, 뉴욕주 보험국에 의하면 이는 단순한 광고는 아니며 소개(Referrals)에 해당한다고 본다. 소개의 경우에도 보험 모집에 해당하는 것은 아니기 때문에, 보험모집인 면허가 없는 자가 보험모집인에게 보험 상품을 소개하는 것은 허용된다. 다만 그와 같이 소개를 함에 있어 특정 보험 상품의 계

52) State of New York Insurance Department(2001. 2. 1)

약 조건에 대하여 논의해서는 안 되며, 소개비는 보험계약 체결 실적에 비례하여 산정해서는 안 된다고 보고 있다.⁵³⁾ 이와 관련하여, 단지 고객의 이름 및 정보가 기재된 리스트를 제공하는 것은 소개가 아니며 그에 대한 대가는 보험계약 체결 실적에 비례하여 산정하는 것도 가능하다고 본다.

한편 판매권유(Solicitations) 행위에 대해서는, 보험에 가입하도록 제안하는 긍정적인 행동(Affirmative act)으로서 소개의 범위를 벗어나는 행위로 파악하고 있으며, 구체적 사안에서 어떠한 행위가 모집에 해당하는지 여부는 개별 사안의 사실관계와 상황을 종합적으로 살펴서 판단해야 할 문제라고 설명하고 있다.

나. 소개비 관련 규제

앞서 살핀바와 같이 NAIC 모델법에서는 보험의 판매, 판매권유 또는 교섭을 행하지 않는 사람에 대해서는 보험회사 또는 보험모집인이 그에 대하여 수수료·서비스 비용·중개 비용 등 대가를 지급하는 것이 가능하다고 규정하고 있다.⁵⁴⁾ 이러한 NAIC 모델법 조항을 수용한 주들에서는 보험모집인이 모집 자격 없는 자에게, 해당 모집 자격 없는 자가 보험 모집에 이르는 행위를 하지 않는 한, 모집수수료의 일정 비율을 나누어주는 것도 허용된다고 본다(이른바 Commission-sharing).⁵⁵⁾ 모집수수료는 일반적으로 보험료의 일정 비율로 산정되기 때문에 Commission-sharing의 경우 모집 자격 없는 자가 보험계약 체결 실적에 비례한 대가를 지급받는 것도 허용되는 셈이 되는 것이다.

이와 달리 보험회사나 보험모집인이 모집 자격 없는 자에게 지급하는 소개비와 관련하여 별도의 규제를 하고 있는 주들도 있다. 이러한 주에서는 소개비를 보험계약 체결 실적에 연동하도록 산정하는 것을 명시적으로 금지하고 있는데, 즉 소개비를 보험계약 체결 건수가 아니라 소개 건수(실제로 보험계약이 체결되었는지 여부를 불문함)

53) 뉴욕주의 경우 소개비 지급과 관련하여 보험계약 체결 실적에 비례하여 산정해서는 안 된다는 별도의 규제를 하고 있기 때문이며, 이에 대해서는 나.항에서 후술함

54) 다만 그러한 대가의 지급이 각 주의 관련 법규(예: 리베이트 금지 조항 등)에 위반되지 않아야 함

55) Kevin G. Fitzgerald et al.(2012)

에 따라 지급되도록 하거나 또는 정액으로 지급하도록 하고 있는 것이다.⁵⁶⁾

예를 들어 뉴욕주 보험법에서는, 보험회사나 보험모집인이 모집 자격 없는 자에게 보험 모집(판매, 판매권유 또는 교섭) 서비스에 대한 대가를 지급하는 것은 금지되지만, 다만 어떠한 사람을 모집 자격 있는 보험모집인에게 소개하는 행위의 경우에는, 해당 소개 행위가 특정 보험 상품의 계약 조건에 대한 논의를 포함하지 않고 또한 해당 소개 행위에 대한 대가가 보험계약 체결 실적에 기초하여 산정되지 않는 한, 보험 모집 서비스의 범위에 포함되지 않는다고 규정하고 있다.⁵⁷⁾ 위 조항에 의하면 모집의 정도에 이르지 않고 특정 보험 상품의 계약 조건에 대한 논의를 포함하지 않는 단순한 소개 행위의 경우에도, 그 소개에 대한 대가를 보험계약 체결 실적에 기초하여 산정하는 것은 금지되는 셈이다.⁵⁸⁾

델라웨어 주에서도 소개비 지급에 대해 별도로 규제하고 있다. 델라웨어 주 보험법에 의하면 보험회사나 보험모집인은 모집 자격 없는 자에게 보험 모집(판매, 판매권유 또는 교섭)에 대한 대가를 지급하는 것은 금지되지만, 보험 모집(판매, 판매권유 또는

56) Kevin G. Fitzgerald et al.(2012)

57) New York Consolidated Laws, Insurance Law, Section 2114(Life, Accident and Health Insurance Agents; Commissions) (a)(4)

"Services of the kind specified in this subsection shall not include the referral of a person to a licensed insurance agent or broker that does not include a discussion of specific insurance policy terms and conditions and where the compensation for referral is not based upon the purchase of insurance by such person"

Section 2115(Property/casualty Insurance Agents; Commissions) (a)

"For the purposes of this section, acting as insurance agent shall not include the referral of a person to a licensed insurance agent or broker that does not include a discussion of specific insurance policy terms and conditions and where the compensation for referral is not based upon the purchase of insurance by such person."

Section 2116(Insurance Brokers; Commissions)

"For the purposes of this section, "acting as insurance broker" shall not include the referral of a person to a licensed insurance agent or broker that does not include a discussion of specific insurance policy terms and conditions and where the compensation for referral is not based upon the purchase of insurance by such person."

58) 한편, 앞서 살핀바와 같이 소개비가 아니라 단순한 광고에 대한 대가나 단순히 고객 정보 리스트를 제공하는 행위에 대한 대가의 경우에는 보험계약 체결 실적에 비례하여 지급하는 것이 가능하다고 보고 있음, State of New York Insurance Department(2001. 2. 1)

교섭)을 행하지 않는 사람에 대해서는 수수료·서비스 비용·중개 비용 등 대가를 지급하는 것이 가능하다. 아울러 소개 행위와 관련해서는 별도의 규정을 두어, 모집 자격 없는 자가 특정 보험 상품의 계약 조건에 대해서 논의한다거나 보험에 대해 의견 또는 조언을 주는 행위를 하지 않고 단지 고객 또는 잠재고객을 보험회사 또는 보험모집인에게 소개하는 경우 그러한 소개 행위에 대한 대가를 지급받을 수 있는데, 다만 해당 소개비는 ① 명목상의 작은 금액, 1회성 지급, 소개 건당 고정금액이어야 하고 ② 고객 또는 잠재고객이 실제로 보험에 가입했는지 여부와 무관하게 지급되는 것이어야 하며 ③ 보험계약 체결 실적에 연동하지 않도록 해야 한다.⁵⁹⁾

3. 영국

가. 규제대상행위로서의 보험 모집 등의 행위

영국의 금융서비스시장법(Financial Services and Markets Act 2000)은 금융업의 대상이 되는 것을 규제대상행위(Regulated activities)로 정하고 있으며 영국 내에서 규제대상행위를 영업으로(By way of business) 수행하기 위해서는 인가를 받거나 인가 면제 대상에 해당해야 한다.⁶⁰⁾

규제대상행위의 구체적 유형에 대해서는 하위 규정인 「규제대상행위에 대한 명령」

59) Delaware Insurance Code §1714 (g)

“An unlicensed person who refers a customer or potential customer to an insurer or insurance producer and who does not discuss specific terms and conditions of a policy or give opinions or advice regarding insurance may be compensated for the referral, if the compensation:

- (1) For each referral is:
 - a. Nominal;
 - b. On a 1-time basis; and
 - c. Fixed in amount by referral;
- (2) Does not depend on whether the customer or potential customer purchases the insurance; and
- (3) Is not contingent on the volume of insurance transacted.”

60) Financial Services and Markets Act 2000, Section 19 및 Section 22

(The Regulated Activities Order)⁶¹⁾에서 정하고 있는데, 이에 의하면 보험 모집 등과 관련해서는 ① 대리인(Agent)으로서 보험계약을 취급(Dealing in)하는 행위, ② 보험계약에 대한 거래를 주선(Arranging deals)하는 행위, ③ 보험계약의 관리 및 이행을 지원(Assisting in the administration and performance)하는 행위, ④ 보험계약에 관하여 조언(Advising)하는 행위⁶²⁾ 및 ⑤ 위 행위들을 행하기로 약정하는 행위가 규제대상행위에 포함된다.⁶³⁾

아울러 영국 금융감독당국(Financial Conduct Authority, 이하 “FCA”라 함)은 세부 지침을 마련하여 위 규제대상행위들에 해당하는지 여부에 대한 구체적 판단 기준을 제공하고 있다(The Perimeter Guidance manual, Chapter 5, 「Guidance on Insurance Mediation Activities」, 이하 “PERG”라 함).⁶⁴⁾

앞서 살펴본 대로 금융서비스시장법에 의하면 규제대상행위를 ‘영업으로’ 하는 경우를 규제하는 것이기 때문에 PERG에서는 우선 어떠한 경우에 영업성이 인정되는지에 대해 설명하고 있다(Business test).⁶⁵⁾ 이에 의하면 영업성이 인정되는지 여부를 판단함에 있어서

61) The Financial Services and Markets Act 2000(Regulated Activities) Order 2001 및 The Financial Services and Markets Act 2000 (Regulated Activities) (Amendment) (No.2) Order 2003

62) The Financial Services and Markets Act 2000(Regulated Activities) Order 2001상으로는 위 ①,②,④ 행위와 관련하여 그 적용 대상이 투자성 보험계약에 한정되었음. 즉, “contractually based investments”인 경우에 한정되었고 이는 “rights under a qualifying contract of insurance”로 정의되었으며 “qualifying contract of insurance”란 재보험계약 및 순수보장성 보험계약이 아닌 장기 보험계약을 의미하였음. 그러나 개정된 The Financial Services and Markets Act 2000(Regulated Activities) (Amendment) (No.2) Order 2003에서는 그 적용 대상을 “contractually based investments”에서 “relevant investments”로 변경하였고, “relevant investments”는 “rights under a qualifying contract of insurance” 뿐만 아니라 “rights under any other contract of insurance”를 포함하는 것으로 정의되어 있어서 그 적용 대상이 전체 보험계약으로 확대된 것으로 보임

63) The Regulated Activities Order, Article 21, Article 25, Article 39A, Article 53 및 Article 64. 한편 규제대상행위에 해당하지 않는 각종 예외사유들(Exclusions)에 대해서도 함께 규정하고 있음

64) 2018. 6. 기준 PERG는 EU의 “Insurance Mediation Directive”(IMD)를 인용하고 있음. 한편 EU는 보험소비자 보호 강화를 위해 보험상품 판매 관련 규정을 기존의 IMD에서 “Insurance Distribution Directive”(IDD)로 대체하였고 IDD는 2018. 10.부터 적용될 예정임. IDD는 판매자의 범위를 확대하여 기존의 모집인뿐만 아니라 보험가격비교사이트 등도 그 규제 대상에 포함시키고 있으며, 향후 IDD의 내용을 반영하여 PERG가 수정될 가능성도 있음. 또한 PERG Chapter 8(Financial promotion and related activities)도 함께 검토할 필요도 있음

는 해당 행위로 인하여 보수를 지급받는지, 만약 그렇다면 해당 행위를 영업으로서 수행하는 것인지의 두 가지 요소를 고려한다. 보수와 관련하여서는 금전적 보상뿐만 아니라 비금전적 보상도 포함될 수 있다고 보며, 영업으로서 수행하는 경우와 관련하여서는 일반적으로 어느 정도 정기적으로(With a degree of regularity) 수행하여야 하고 또한 상업적 목적을 위하여(For commercial purposes) 수행하는 것이 필요하다. 즉, 일반적으로 어떠한 직접적인 경제적 혜택(Direct financial benefit)을 받으려는 기대가 있는 경우를 말하는 것이고, 단지 우정이나 이타적 목적으로 하는 경우에는 영업의 정도에는 이르지 않는다고 본다.

위에서 살펴본 보험 모집 관련 규제대상행위의 5가지 유형들 중에서는 특히 ②의 “보험계약에 대한 거래를 주선하는 행위” 및 ④의 “보험계약에 관하여 조언하는 행위”와 관련하여 규제대상행위인지 아니면 규제를 받지 않는 단순한 소개나 추천 등의 행위인지를 구분하는 것이 쉽지 않을 수 있다.⁶⁶⁾ 아래에서는 위 2가지 유형과 관련하여 PERG에서 제시하고 있는 주요 내용들을 살펴보도록 한다.

1) 보험계약에 대한 거래를 주선하는 행위⁶⁷⁾

보험계약에 대한 거래를 주선하는 행위에는 우선 실제로 보험계약이 체결되는 것과 관련하여 이를 주선하는 행위가 있으며, 보험회사나 보험계약자를 대신해서 보험계약 조건에 관하여 협상하는 행위, 보험계약자가 신청 서류를 작성하는 것을 도와주고 이를 보험회사에 송부하는 행위 등이 이에 포함될 수 있다.

실제로 보험계약이 체결되지 않는 경우라도, 거래를 성사시킬 목적으로 주선하는 행위 자체도 규제대상행위에 포함될 수 있다. FCA는 이와 관련하여 잠재적 보험계약자가 청약

65) PERG, Article 5.4.1부터 Article 5.4.8

66) ①의 “대리인으로서 보험계약을 취급하는 행위”는 실제로 보험계약자나 보험회사를 대리하여 보험을 구입·판매·가입·인수하는 행위로서 비교적 그 내용이나 범위가 명확하다고 볼 수 있고, ③의 “보험계약의 관리 및 이행을 지원하는 행위”는 일반적으로 보험계약이 체결된 이후에 그 관리 및 이행을 지원하는 경우로서 주로 클레임 처리에 관련된 경우임. ⑤ 유형은 규제대상행위에 해당하는 서비스를 수행하기로 약속하는 법적 구속력 있는 계약을 체결하는 것 자체가 규제대상행위에 해당한다는 것임

67) PERG, Article 5.6.1부터 Article 5.6.23까지의 내용 참고

서를 작성하는 것을 도와주는 행위와 보험모집인에게 고객을 소개시켜 주는 행위를 예시하고 있으며, 다만 소개와 관련해서, 일회적 소개(One-off introduction)에 그치는 경우라든지, 실제로 소개 받은 사람이 보험계약을 체결하는지 여부는 전혀 신경쓰지 않고 단순히 독자적으로 조안을 제공하는 측면에서 보험모집인에게 소개를 해 주는 경우(예컨대 소개의 결과 체결된 보험계약 실적에 비례한 어떠한 금전적 보상도 지급 받지 않는 경우)에는 규제대상행위로서의 주선 행위에는 해당하지 않는다고 설명하고 있다. 단순히 보험 광고물을 수동적으로 진열하거나 게시하는 행위(Mere passive display)도 주선 행위에 해당하지 않는다고 본다.

또한 FCA는 규제대상행위로서의 주선 행위에 해당하지 않는 예외사유들(Exclusions)에 대해서도 설명하고 있다.

우선, 보험 모집 행위가 아닌 본업을 수행하면서 그러한 본업에 부수하여 보험계약자 또는 잠재적 보험계약자에게 정보를 제공하는 경우를 예외사유로 정하고 있다(Provision of information on an incidental basis).⁶⁸⁾ 여기서 '부수하여'라는 것은 본업과 상호보완적이거나 충분히 밀접하게 관련된 경우 즉 정보 제공 행위와 본업과의 사이에 본질적인 연관성(Inherent link)이 있는 경우를 의미하며, 아울러 해당 행위가 어떠한 사업을 독자적으로 수행하는 정도에는 이르지 않는 경우여야 한다. 예를 들어 치과 의사가 치아보험에 대한 정보를 제공하는 경우가 이에 해당할 수 있다.

당사자들이 의사소통을 할 수 있는 수단(Means)만을 제공하는 행위도 예외사유에 해당한다(Arrangements enabling parties to communicate).⁶⁹⁾ 예컨대 인터넷 서비스 제공자 또는 통신망 제공자가 단지 통신시설을 제공하는 것일 뿐이라면, 거래를 주선하는 경우에 해당하지 않는다고 보는 것이다. 위 예외사유는 단지 의사소통 수단만 제공하는 것에 불과할 뿐 그 외의 행위는 하지 않는 것을 전제하는 것이어서, 만약 출판인, 방송인, 인터넷 웹사이트 운영자 등이 단순히 수단을 제공하는 정도를 벗어나서 프

68) The Regulated Activities Order, Article 72 C 관련. 해당 예외사유는 보험계약자나 잠재적 보험계약자에게 정보를 제공하는 경우만 해당하며 반대로 보험회사에 정보를 제공하는 경우는 포함되지 않음. 또한 정보를 제공하는 경우만 예외사유로 하고 있어서 예컨대 보험계약자가 청약서를 작성하는 것을 도와주는 행위 등은 해당 예외사유에 포함되지 않음

69) The Regulated Activities Order, Article 27 관련

로모션 촉진 행위를 하는 경우라면 본 예외사유가 적용되지 않는다. 프로모션 촉진 행위에 해당하는지 여부와 관련하여 FCA는 (단순히 의사소통이 이루어진 것에 대한 보상을 지급받는 것이 아니라) 해당 프로모션의 결과로서 체결된 보험계약 실적에 비례하여 보상을 받는지 여부가 하나의 판단 요소가 될 수 있다고 보고 있다.⁷⁰⁾

주선의 유일한 목적이 자금 제공인 경우, 즉 어떠한 사람이 보험계약을 체결할 수 있도록 보험료 자금을 빌려주는 행위도 예외사유에 해당하여, 규제대상행위로서의 주선 행위로는 보지 않는다(Arrangements for the provision of finance).⁷¹⁾

2) 보험계약에 관하여 조언하는 행위⁷²⁾

보험계약에 관하여 조언하는 행위가 규제대상행위가 되려면, 그러한 조언이 특정한 보험계약에 관한 것이어야 한다. 즉 특정한 보험회사의 보험에 가입하거나 가입하지 않을 것을 조언하는 경우를 말하는 것이고, 특정 보험회사에 대한 언급 없이 단지 일정한 종류의 보험에 가입하거나 가입하지 않을 것을 조언하는 경우에는 이에 해당하지 않는다. 예컨대 “A보험회사의 자동차보험에 가입할 것”, “B보험회사의 생명보험에 가입하지 말 것”, “C보험회사의 자동차보험이나 또는 D보험회사의 자동차보험에 가입할 것”을 추천하는 경우에는 해당 보험회사의 자동차보험이나 생명보험의 상품 종류가 여러 개 있는 경우라도 규제대상행위로서의 조언 행위에 해당할 수 있다고 보지만, “생명보험에 가입하지 말 것”, “자동차보험에 가입할 것”을 추천하는 정도로는 규제대상행위로서의 조언 행위에 해당하지 않는다고 보는 것이다.

또한 단순한 정보(Information)가 아닌 조언(Advice)을 제공하는 경우여야 한다. FCA에 의하면 조언이란 조언자 측의 어떤 의견이 개입되어 행동 방침에 대한 권고를 하는 것이라면, 단순히 정보를 제공한다는 것은 어떠한 코멘트나 가치 판단도 없이 단지 사실이나 수치를 제시하는 것이다. 보험계약들의 조건을 설명하거나, 보험계약들의

70) PERG, Article 8.32.7

71) The Regulated Activities Order, Article 32 관련

72) PERG, Article 5.8.1부터 Article 5.8.26까지의 내용 참고

특징과 장점을 비교하는 것은 정보 제공에 해당할 수 있지만,⁷³⁾ 만약 이러한 정보 제공이 균형 잡히고 중립적으로 이루어지는 것이 아니라 어떠한 사람의 결정에 영향을 미칠 수 있게 선택적 기준에 의해(On a selected basis) 이루어지는 경우라면 이는 단순한 정보 제공이 아닌 조언에 해당할 수 있다는 것이 FCA의 입장이다.

한편 정기간행물, 정기적으로 업데이트되는 뉴스 및 정보서비스와 방송에서 이루어지는 조언의 경우에는 예외사유에 해당한다.⁷⁴⁾

3) 기타 주요 예외·면제사유

그 밖에도, 규제대상행위에 해당하지 않는다고 보는 예외사유의 하나로, 자동차 이외의 상품(Non-motor goods) 또는 여행 관련 서비스 제공을 본업으로 하는 자가 이른바 연계형 보험(Connected contract of insurance)과 관련하여 보험 모집에 해당할 수 있는 행위를 하는 경우가 있다. 다만 예외사유로 인정받기 위해서는 그 대상이 되는 연계형 보험이 다음과 같은 조건들을 충족하는 경우여야 한다.⁷⁵⁾

〈표 IV-4〉 연계형 보험의 조건

예외사유로 인정받기 위한 연계형 보험의 조건
• 장기보험계약(Long-term insurance)이 아닐 것 • 총 보험기간이 5년 이하일 것 • 연간 보험료가 500유로 이하일 것 • 자동차 이외의 상품의 고장·손실·피해 또는 여행 리스크를 담보할 것 • 책임 담보(Liability risks)를 포함하고 있지 않을 것⁷⁶⁾ • 본업으로 제공되는 자동차 이외의 상품 또는 여행 서비스를 보완하는 것일 것 • 보험 모집 활동을 통해 필요한 유일한 정보가 보험계약의 담보 내용에 관한 것일 것(예컨대 정형화된 약관을 사용하고 있어서 계약 조건이 개별 협상 대상이 아닌 경우)

자료: FCA(2018)

73) 조언의 정도에는 이르지 않는 정보 제공의 경우에도, 원칙적으로 보험계약에 대한 거래를 주선하는 행위에는 해당할 가능성이 있음. 다만 이 경우 보험 모집이 아닌 본업을 수행하면서 그러한 본업에 부수하여 보험계약자 또는 잠재적 보험계약자에게 정보를 제공하는 경우라면 예외사유(The Regulated Activities Order, Article 72C)에 해당할 수 있음. 조언의 정도에 이르는 경우에는 위 예외사유가 적용될 여지가 없음

74) The Regulated Activities Order, Article 54 관련

75) The Regulated Activities Order, Article 72B 관련

한편 금융서비스시장법은 선임대리인(Appointed representatives)이라는 제도를 인정하고 있는데, 이에 의하면 규제대상행위에 대한 인가를 받은 기업(Principal)과 선임대리인 사이에서 해당 선임대리인이 수행할 업무 및 준수사항에 대해 정하고 있는 계약을 체결하고 해당 기업이 선임대리인의 영업 행위에 대한 책임을 서면으로 수락하는 경우 그에 따라 선임대리인이 해당 기업의 규제대상행위를 수행하는 것에 대해서는 선임대리인은 인가를 받지 않아도 되는 것이다.⁷⁷⁾ 일반보험계약(General insurance contract)과 순수보장성 보험계약(Pure protection contract)과 관련해서는 선임대리인은 앞서 살펴보았던 5가지 유형의 규제대상행위(대리인으로서 보험계약을 취급하는 행위,⁷⁸⁾ 보험계약에 대한 거래를 주선하는 행위, 보험계약의 관리 및 이행을 지원하는 행위, 보험계약에 관하여 조언하는 행위 및 위 행위들을 행하기로 약정하는 행위)를 모두 수행할 수 있지만, 생명보험계약의 경우에는 이 중에서 대리인으로서 보험계약을 취급하는 행위는 선임대리인이 수행할 수 없다.⁷⁹⁾

4) 규제대상행위 분석표

PERG에서는 규제대상행위에 해당하는지 여부에 대해 자세하게 서술한 후에 종합적으로 어떠한 경우에 규제대상행위에 해당하는지 그렇지 않은지, 그 근거는 무엇인지에 관하여 간단히 정리한 분석표도 아울러 제공하고 있는데, 주요 내용을 예시하면 아래와 같다.

76) 다만 여행 리스크를 담보하는 보험에서 주된 담보에 부수적으로 제공되는 담보의 경우에는 제외함

77) Financial Services and Markets Act 2000, Section 39

78) 다만 순수보장성 보험계약 중 장기요양보험의 경우는 제외함

79) PERG, Article 5.13.4

〈표 IV-5〉 규제대상행위 분석 예시

행위	규제대상행위 해당 여부	근거
정보의 수동적 게시 행위 (대가를 지급받는지 여부 불문)	X	• 단순한 정보의 게시는 규제대상행위에 해당하지 않음
고객에게 보험중개사·보험회사를 추천하고 보험중개사·보험회사의 연락처를 제공하는 행위	O	• 원칙적으로 주선 행위에 해당할 수 있음 • 다만 모집 행위가 아닌 본업을 수행하면서 본업에 부수하여 정보를 제공하는 데에 그치는 경우에는 예외사유가 적용될 수 있음(Article 72 C 예외사유 ⁸⁰⁾)
보험중개사·보험회사에 고객의 연락처를 제공하는 행위	O	• 정기적·계속적으로 이루어지는 고객 소개는 주선 행위에 해당할 수 있음 • Article 72 C 예외사유는 고객에게 정보를 제공하는 경우에만 적용되는 것이어서, 여기에는 적용되지 않음
고객과 보험의 필요성 또는 특정 종류의 보험의 필요성에 대해 논의하는 행위, 또는 필요한 담보 수준에 대해 조언하는 행위	X	• 이것만으로는 주선 행위에 해당한다고 보기에는 충분치 않음 • 다만 해당 사안에서 행위를 전체적으로 보았을 때 주선의 정도에 이르는지 따져 봐야 할 것임
특정 보험계약의 조건을 설명하거나 다수의 보험계약들의 조건을 비교하는 행위	O	• 원칙적으로 주선 행위에 해당할 수 있음 • 다만 모집 행위가 아닌 본업을 수행하면서 본업에 부수하여 정보를 제공하는 데에 그치는 경우에는 예외사유가 적용될 수 있음(Article 72 C 예외사유)
특정 보험계약에 가입하거나 가입하지 않을 것을 조언하는 행위	O	• 보험계약에 관하여 조언하는 행위에 해당함
잠재적 보험계약자가 청약서를 기재하는 것을 도와주는 행위	O	• 주선 행위에 해당함 • 단순한 정보 제공이라고 볼 수 없으므로 Article 72 C 예외사유도 적용되지 않음
내용 확인 및 보험회사에의 전달을 위해 보험계약자가 작성한 청약서를 수령하는 행위	O	• 주선 행위에 해당함 • 단순한 정보 제공이라고 볼 수 없으므로 Article 72 C 예외사유도 적용되지 않음
보험계약 조건에 관하여 보험계약자 혹은 보험회사를 대리하여 협상하는 행위	O	• 주선 행위에 해당함 • 보험회사를 대리하는 경우에는 대리인으로서 보험계약을 취급하는 행위에도 해당함

자료: FCA(2018)

80) 이 표에서 Article은 The Regulated Activities Order의 조항을 표시함

나. 가격비교사이트에 대한 판단

영국에서는 보험 시장에서 가격비교사이트(Price Comparison Websites)가 활발히 이용되어 왔으며, 이에 금융감독당국은 가격비교사이트 운영을 모니터링하고 가격비교사이트를 통한 보험 판매에 관한 지침을 별도로 발간하기도 하였다(Financial Services Authority,⁸¹⁾ 「Guidance on the: Selling of General Insurance Policies through Price Comparison Websites」).

위 지침에 의하면 가격비교사이트 운영자는 해당 가격비교사이트를 통해 이루어지는 행위가 규제대상행위인지를 점검하고 만약 그렇다면 적정하게 인가를 받거나 면제를 받아야 한다.

이와 관련하여, 가격비교사이트 운영자가 어떠한 대가를 받고 보험 상품의 계약조건 및 가격에 관한 정보를 제공하고 나아가 고객이 그러한 정보에 따라 행동하고 계약을 체결할 수 있는 수단을 제공하는 경우에는 규제대상행위로서의 주선 행위에 해당할 가능성이 있다고 보고 있다. 특히 가격비교사이트에서 고객이 보험계약을 체결할 수 있도록 보험회사 또는 모집인의 링크를 제공하는 경우, 다수의 보험계약의 특징을 수동적으로 게시하는 것이 아니라 적극적으로 다수의 보험계약의 조건들을 비교하는 경우, 판매 필터링을 위해 사전 질문지(Pre-purchasing questionnaire)를 작성⁸²⁾할 것을 요구하는 경우, 보험회사의 자금으로 사이트를 운영하는 경우, 해당 가격비교사이트 이용자에게 특별 할인을 제공하는 경우 등에는 규제대상행위로서의 주선 행위에 해당할 수 있다고 본다.

만약 가격비교사이트에서 특정 보험 상품을 추천하는 경우에는 규제대상행위로서의 조언 행위에도 해당할 수 있다고 본다. 예를 들어서 가격비교사이트에서 특정한 1개의 보험 상품의 이름이나 로고만을 게시하는 경우, 특정 보험 상품을 동일 범주에 속하는 다른 보험 상품들 중에서 “최고(Pick of the best)” 상품으로 추천하는 경우, 특정

81) 기존의 통합감독기구인 FSA이며, 2013년 4월 건전성감독기구인 PRA와 영업행위감독기구인 FCA로 분리되었음

82) 모집인이 고객에게 다수의 질문을 하고 그에 대한 답변 내용에 따라 특정한 보험 상품을 제안하기 위한 것임

보험 상품에 높은 별점을 주는 경우, 질문지가 보험 상품의 선택에 영향을 미치는 추천이나 의견을 포함하고 있는 경우, 가격비교사이트가 특정 보험 상품의 장점에 관한 가치 판단을 하고 있는 경우 등에는 조언 행위에 해당할 수 있다는 것이다.

4. 소결

보험계약이 체결되는 일련의 과정 속에서, 규제의 대상이 되는 보험 모집 행위와, 보험 모집과 관련은 되어 있지만 그 자체로 규제 대상으로서의 보험 모집의 정도에는 이르지 않는 행위를 구분해내기 쉽지 않은 것은 외국도 마찬가지여서, 일본, 미국, 영국 등에서도 이 문제에 대해 고민하고 판단 기준 마련을 위한 노력을 하고 있음을 알 수 있다.

일본의 경우 보험업법상 보험 모집의 정의는 우리나라와 유사한데, 금융청 감독지침에서 이에 대해 보험계약 체결의 권유, 보험계약 체결의 권유를 목적으로 한 보험 상품의 내용 설명, 보험계약 신청의 수령, 기타 보험계약 체결의 대리 또는 매개라는 네 가지 유형을 의미한다고 설명하고 있다. 특히 최근 ‘모집 관련 행위’라는 개념을 새롭게 도입하였다는 점을 주목할 만하다. 모집 관련 행위는 모집 자격 없는 자도 이를 수행할 수 있지만, 다만 보험회사나 보험모집인은 모집 자격 없는 자에게 모집 관련 행위를 위탁함에 있어 모집 관련 행위 종사자가 모집 규제 등에 위반되는 일이 없도록 관리·감독해야 한다는 것이다. 금융청 감독지침에서는 보험 상품의 추천·설명 없이 단지 잠재고객의 정보를 보험회사나 보험모집인에게 제공할 뿐인 행위, 비교사이트 등에서 보험회사나 보험모집인으로부터의 정보를 옮겨 싣는 것에 그치는 행위를 모집 관련 행위의 예로 들고 있다.

미국 NAIC의 보험모집인 면허 모델법에 의하면 보험을 판매하거나 판매권유하거나 교섭하는 행위가 모집에 해당하며, 여기서 판매권유는 보험의 판매를 시도하거나 특정 보험회사의 특정 종류의 보험에 청약하도록 요청 또는 설득하는 행위를 의미한다고 정의하고 있다. NAIC는 또한 실무 지침을 통하여 보험모집인 면허가 필요한 모집 행

위와 면허가 필요하지 않은 단순 사무 행위에 대해 구체적으로 예를 들어 설명하고 있는데, 이에 의하면 보험계약 조건에 대한 언급 없이 일반적인 정보만 제공하는 행위, 보험모집인에게 전달하기 위해 보험계약자로부터 정보를 수령하고 기록하는 행위, 서류 준비 행위 등은 모집에 해당하지 않는다고 보고 있다. 한편 모집에는 해당하지 않지만 소개 행위를 모집 자격 없는 자가 수행하는 경우에 그에게 지급하는 소개비와 관련해서 별도의 규제를 하고 있는 경우도 있는데, 예를 들어 뉴욕주 보험법에 의하면 모집의 정도에 이르지 않고 특정 보험 상품의 계약 조건에 대한 논의를 포함하지 않는 단순한 소개 행위의 경우에도, 그 소개에 대한 대가를 보험계약 체결 실적에 기초하여 산정하는 것이 금지된다.

영국 법규상으로는 대리인으로서 보험계약을 취급하는 행위, 보험계약에 대한 거래를 주선하는 행위, 보험계약의 관리 및 이행을 지원하는 행위, 보험계약에 관하여 조언하는 행위 및 위 행위들을 약정하는 행위가 규제대상행위에 포함되며, FCA는 세부 지침을 마련하여 위 규제대상행위에 해당하는지 여부에 대한 구체적 판단 기준에 대해 설명하고 있다. 거래를 성사시킬 목적으로 주선하는 행위 자체가 규제대상행위에 포함될 수 있기 때문에 원칙적으로 규제대상행위에 포함되는 범위가 상당히 넓은 것으로 보인다. 이에 따라 보험모집인에게 고객을 소개시켜 주는 행위, 보험계약에 관한 정보를 제공하는 행위, 잠재적 보험계약자가 청약서를 작성하는 것을 도와주는 행위, 가격 비교사이트에서 보험회사 또는 모집인의 링크를 제공하여 고객이 보험계약을 체결할 수 있는 수단을 제공하는 행위 등도 원칙적으로는 규제대상행위의 범위에 포함될 수 있다. 다만 영국에서는 이러한 규제대상행위를 영업으로서 수행하는 경우만을 규제하고 있으며, 아울러 다양한 예외사유나 면제사유도 두고 있다.

V. 보험 모집 행위의 범위 확정

본 장에서는 보험업법상 보험 모집 행위와 보험 모집 행위에 해당하지 않는 행위를 구분하기 위한 주요 기준을 제안해보고, 이러한 기준에 비추어 보험 모집과 구분이 모호할 수 있는 사례들에서 보험 모집 행위 여부를 어떻게 판단할 지 분석해 보고자 한다.

1. 보험 모집 행위의 판단 기준

가. 고려사항

어떠한 행위가 보험 모집 행위에 해당하는지 여부에 대하여 판례에서는 거래당사자의 보호에 목적을 둔 법 규정의 취지에 비추어 보험계약의 중개 또는 대리하는 자의 행위를 객관적으로 보아 사회통념상 거래의 알선·중개를 위한 행위라고 인정되는지 여부에 의하여 결정해야 한다는 기준을 제시하고 있다(서울행정법원 2015. 5. 28. 선고 2013구합62367 판결).

이에 보험 모집 행위 해당 여부를 판단함에 있어서는 우선 해당 행위를 객관적으로 보았을 때 “사회통념상 거래의 알선·중개를 위한 행위라고 볼 수 있는지” 여부를 살펴야 할 것이다. 알선이라 함은 남의 일이 잘 되도록 주선하는 것, 중개라 함은 제3자로서 두 당사자 사이에 서서 일을 주선하는 것을 말하며,⁸³⁾ 그 의미와 관련하여서는 상법상 중개 행위에 대한 해석론을 참고해볼 수 있을 것인데, 앞에서도 살펴본 바와 같이 상법상 중개라는 것은 계약의 당사자 쌍방과 교섭하여 그들 간에 계약이 체결되도록

83) 국립국어원 표준국어대사전

조력하는 행위로서 단순히 당사자 일방에게 거래에 필요한 정보를 제공하거나 거래의 기회를 제공하는 정도로는 중개에 해당하지 않으며 계약의 성립을 위한 “적극적 개입 행위”를 한 경우에 중개에 해당한다고 보고 있다.

다음으로, 보험 모집 행위의 판단 기준을 제시함에 있어서는 모집 행위 규제의 취지도 고려해야 할 것이다. 보험업법에서 보험 모집 행위에 대하여 엄격한 규제를 하고 있는 것은 일정한 자격을 갖춘 전문가로 하여금 보험 상품에 대해 제대로 설명하고 판매하도록 함으로써 불완전판매를 방지하고 소비자를 보호하기 위한 취지인데, 모집 행위의 범위를 지나치게 좁게 보는 경우에는 모집 자격 없는 자에 의해 행해질 수 있는 행위의 범위를 넓히는 결과가 되어 위와 같은 입법 취지에 반할 수 있으므로, “불완전 판매 방지”와 “소비자 보호”라는 입법 취지를 해하지 않는 적절한 수준으로 모집 행위의 의미와 범위를 정하는 것이 필요할 것이다.

한편 보험업법상 보험 모집 행위 및 모집과 구분되는 행위 유형들에 대한 규정의 내용도 함께 고려할 필요가 있다. 예를 들어 보험업법규는 보험계약에 관한 사항의 비교·공시 행위에 대해서는 모집 행위와 구분하고 있으므로(보험업법 제124조, 보험업감독규정 제7-46조 및 제7-46조의2), 법규상 요건을 갖춘 비교·공시 행위의 경우 모집에 해당하지 않는 것으로 보아야 할 것이다. 또한 보험업법은 보험 모집 행위를 하는 과정에서 준수해야 할 사항들에 대하여 규정하고 있는데, 예컨대 보험업법 제95조의2에 의하면 보험 모집에 종사하는 자가 보험계약자에게 보험계약 체결을 권유하는 경우에는 보험료, 보장 범위, 보험금 지급제한 사유 등 보험계약의 중요 사항을 보험계약자가 이해할 수 있도록 설명하도록 정하고 있어서, 해당 조항에 의하면 보험계약 체결의 권유라는 것은 적어도 특정 보험계약을 전제로 한 개념이라고 이해하는 것이 타당할 수 있을 것이다. 만약 특정 보험을 전제하지 않은 단순한 소개나 고객 정보 제공 등의 경우에까지 모집 행위의 범위를 확장시키는 경우에는 모집 관련 규제를 실제로 준수하는 것이 불가능한 상황이 발생할 수 있는 것이다.

나. 보험 모집 행위의 판단 기준 제안

요약하면, 어떠한 행위가 보험 모집 행위에 해당하는지에 대한 판단 기준을 정함에 있어서는, 해당 행위를 객관적으로 보았을 때 사회통념상 보험계약의 성립을 위한 적극적 개입 행위가 있었다고 볼 수 있는지(행위의 실질), 만약 해당 행위가 모집 자격을 갖춘 자에 의해 적절하게 수행되지 않았을 경우에 불완전판매 등 소비자 피해가 발생할 우려가 있는지(규제의 필요성), 보험업법상 보험 모집 행위 및 모집과 구분되는 행위 유형들에 대한 규정의 체계 및 내용에 부합하는지(법체계와의 정합성) 등을 고려하는 것이 필요할 것이다.

위 사항들을 종합적으로 감안해서, 보험 모집에 해당한다고 볼 수 있는 핵심적인 유형으로서 ① 보험계약 내용의 설명 행위, ② 보험계약 체결의 권유 행위, ③ 기타 특정 보험계약 체결을 위한 적극적 개입 행위로서 보험 모집 자격이 있는 자가 행하지 아니하면 소비자 피해가 생길 우려가 있는 행위를 제안해보고자 한다.

앞서 판례에서도 보험 모집 행위의 대표적인 유형으로서 보험 상품의 판매를 전제로 하는 보험계약 내용 설명 행위와 보험계약 체결의 권유 등 보험계약의 유인행위를 들고 있는데⁸⁴⁾ 이와 유사한 입장이며(위 ① 및 ② 유형), 다만 앞의 두 가지 유형에 포섭되기는 어려울 수 있으나 모집으로 규율할 필요성이 있는 행위를 포괄적으로 다루기 위해 모집의 핵심 개념 요소를 포함한 일반 규정 성격의 유형(위 ③ 유형)을 함께 제시하고자 하는 것이다.

또한 위와 같은 유형 분류는 일본 금융청이 보험 모집 행위의 유형에 대해 보험계약 체결의 권유, 보험계약 체결의 권유를 목적으로 한 보험 상품의 내용 설명, 보험계약 신청의 수령, 기타 보험계약 체결의 대리 또는 매개라는 네 가지 유형으로 설명하고 있는 입장과도 크게 다르지 않다. 일본에서는 보험계약 신청의 수령을 별도의 유형으로 제시하고 있으나, 이는 위에서 제안한 ③ 유형, 즉 ‘기타 특정 보험계약 체결을 위한 적극적 개입 행위로서 보험 모집 자격이 있는 자가 행하지 아니하면 소비자 피해가 생길 우려가 있는 행위’에 포섭될 수 있을 것이다.

84) 서울행정법원 2013구합62367 판결

한편 보험 모집 행위에 해당하기 위해서는, 기본적으로 특정 보험 상품, 또는 적어도 특정 보험회사의 특정 종류의 보험을 전제로 하는 경우여야 한다고 보는 것이 타당하다고 생각된다. 즉, 앞서 제시한 보험계약 내용의 설명 행위나 보험계약 체결의 권유 행위, 기타 특정 보험계약 체결을 위한 적극적 개입 행위로서 보험 모집 자격이 있는 자가 행하지 아니하면 소비자 피해가 생길 우려가 있는 행위가 특정 보험 상품이나 특정 보험회사의 특정 종류의 보험에 대하여 이루어진 경우에 보험 모집 행위에 해당한다고 볼 수 있을 것이다.

만약 특정 보험회사의 특정 종류의 보험이 아니라 일반적으로 어떠한 종류의 보험이 필요하다는 정도의 설명이나 권유라면, 거래의 상대방이나 거래의 대상이 구체적으로 확정되지 않은 상태이기 때문에 계약의 당사자 쌍방과 교섭하여 계약의 성립을 위한 적극적 개입 행위를 했다고 보기는 어려울 것이기 때문이다. 해외 사례를 보더라도, 미국 NAIC 모델법에 의하면 보험의 판매권유에 대하여 특정 회사의 특정 종류의 보험(a particular kind of insurance from a particular company)에 청약하도록 요청 또는 설득하는 행위라고 정의하고 있으며, 기본적으로 규제대상행위의 범위를 넓게 보고 있는 영국 PERG상으로도 보험계약에 관한 조언 행위와 관련하여 이는 특정한 보험계약(a particular contract of insurance)에 대한 것이어야 하며 특정 보험회사에 대한 언급 없이 단지 일정한 종류의 보험에 가입하거나 가입하지 않을 것을 조언하는 경우에는 규제대상행위에 해당하지 않는다고 보고 있다. 이러한 전제하에서 아래에서는 보험 모집 행위에 해당할 수 있는 각 유형에 대하여 간단히 살펴보도록 한다.

1) 보험계약 내용의 설명 행위

우선, 특정한 보험 상품에 대하여 계약 조건(보험료, 보장 범위, 지급 제한 조건 등) 등 구체적인 내용에 대해 설명을 하는 행위에 대해서는 이를 모집에 해당한다고 보는 것에 별다른 이견이 제기되지 않을 것이다. 특정한 보험계약에 대해서 계약 조건 등 그 내용에 대해서 설명한다는 것은, 보험회사나 모집종사자 등과는 아무런 연결고리 없이 순전히 개인적인 호의 등으로 얘기해주는 극히 예외적인 경우를 제외하고는, 일반적

으로 보험계약의 판매나 권유를 목적으로 하는 것으로서 이는 사회통념상 거래를 성사시키기 위한 적극적 개입이 있었다고 볼 수 있다. 특히 보험계약의 내용에 대해서 보험 모집 자격이 없는 자가 설명을 하는 경우에는 불완전판매 등 소비자 피해가 발생할 우려가 있다는 점을 고려하면 모집 행위로서 규율하는 것이 타당할 것이다.

한편, 여기에서의 설명 행위는 적극적 행위를 말하는 것이며, 보험회사 또는 모집종사자가 제작한 광고물(보험계약의 내용이 포함된 광고물)을 단지 수동적으로 게시하기만 하는 경우라면 설명 행위를 했다고 보기는 어려울 것이다.

또한 보험업법규상 별도로 인정되는 보험계약에 관한 사항의 비교·공시행위와도 구분되어야 한다. 보험계약에 관한 사항을 비교·공시함에 있어서도 보험계약 내용에 관한 설명이 개입될 수 있겠으나, 보험업법규에서는 보험회사나 모집종사자에 해당하지 않는 자가 보험계약에 관한 사항을 비교·공시하는 것도 허용하여 모집으로 보고 있지 않기 때문이다. 다만, 앞에서도 살핀바와 같이 모집 자격이 없는 자가 보험계약에 관한 사항을 비교·공시함에 있어서는 협회를 통해 제공받은 모든 상품에 대해 협회로부터 제공받은 정보만 비교·공시를 해야 하며, 이러한 경우 객관적인 정보 제공으로서 기능한다는 점을 고려하여 특별히 정책적으로 인정해준 것으로 보아야 할 것이기 때문에, 만약 보험업법규상의 요건을 갖추지 못한 비교·공시의 경우라면(일부 보험회사의 상품에 대해서만 비교·공시하는 경우 등) 그 내용이나 형식 등에 따라 보험 모집 행위에 해당할 가능성도 있을 수 있을 것이다.⁸⁵⁾

2) 보험계약 체결의 권유 행위

다음으로, 어떠한 보험계약에 대해서 계약 조건 등 그 구체적인 내용에 대해 설명하지는 않았지만 특정 보험계약을 체결할 것을 권유하는 경우에도 적극적인 개입 행위로서 모집 행위에 해당할 수 있을 것이다.

이와 관련하여, 어떠한 보험계약에 관한 정보를 제공하거나 보험계약 체결의 기회에 대해 논의하거나 소개하는 등의 경우에, 이것이 보험계약의 체결을 목적으로 한 것

85) 비교·공시의 모집 해당 여부에 관련해서는 아래 2의 나.항에서 자세히 살펴보도록 함

으로서 보험 가입을 권유·유도하거나 촉구하는 행위에 해당하는 것인지 아니면 순수한 정보 제공이나 소개에 불과한 것인지를 구분하는 것은 쉽지 않을 수 있으며, 이에 실무적으로도 이 유형과 관련하여 보험 모집 해당 여부에 대한 논란이 가장 많이 발생할 수 있을 것으로 보인다.

금융위원회 유권해석에서는 이와 관련하여 특정인에 대해 개별적으로 보험 가입을 유도하는 적극적·개별적 행위 요소가 있었는지 여부를 그 판단 기준의 하나로 사용하고 있는 것으로 보이는데, 전통적인 대면 방식에서라면 이러한 구분 기준에 따라 판단해볼 수 있을 것이나, 온라인 방식에서는 실제로 이러한 구분이 쉽지 않은 경우도 있을 것으로 생각된다. 온라인 방식의 경우에는 기본적으로 불특정 다수인을 상대로 이루어지는 행위가 많을 수 있기 때문이다.⁸⁶⁾

결국, 순수한 정보 제공이나 소개에 불과한 것인지 적극적인 보험계약 체결 권유에 해당하는 것인지는 구체적 사안에서 행위자의 발언이나 게시물의 내용 및 정도, 보험계약자 또는 잠재적 보험계약자와 행위자와의 관계, 보험계약 체결 여부 결정에 미친 영향, 보험계약 체결 여부에 대한 행위자의 이해관계 등을 종합적으로 살펴서 판단할 수밖에 없을 것으로 생각된다.

덧붙여, 앞서서도 언급한 바와 같이 보험 모집 행위로서의 보험계약 체결 권유에 해당하려면 기본적으로 특정 보험 상품이나 적어도 특정 보험회사의 특정 종류의 보험에 대한 것이어야 할 것이며, 만약 일반적으로 어떠한 종류의 보험이 필요하다는 정도의 권유라면(예: 당신에게는 화재보험이 필요하다, 또는 생명보험이 필요하다는 정도의 내용), 모집에 해당한다고 보기는 어려울 것이다.

86) 물론 온라인 방식의 경우라도 이용자와 1:1상담 등을 통하여 상호 의사소통을 한다든가, 이용자에 대한 사전 질문 등을 통해 필터링을 하고 그에 따라 이용자 맞춤형 정보를 제공하는 경우 등에는 특정인을 상대로 한 적극적·개별적 행위가 있었다고 볼 소지가 있겠지만, 그러한 경우를 제외하고는 불특정 다수를 상대로 일반적으로 게시하는 경우도 많을 것임

3) 기타 특정 보험계약 체결을 위한 적극적 개입 행위로서 보험 모집 자격이 있는 자가 행하지 아니하면 소비자 피해가 생길 우려가 있는 행위

이 유형에는 예를 들어 특정 보험계약과 관련하여 보험계약자가 청약서 등 신청 서류 작성에 대하여 설명해주거나 신청 서류 작성을 도와주는 행위, 신청 서류를 수령해서 그 내용을 확인해주는 행위 등이 해당될 수 있을 것이다. 보험계약 체결을 위한 신청 서류 작성 등에 관여하는 것은 거래의 성사를 위한 적극적 개입 행위라고 보여지며, 신청 서류 등과 관련하여 잘못 설명하여 서류가 제대로 작성되지 않을 경우 소비자 피해가 발생할 우려도 있기 때문이다.

앞서 살펴본 대로 일본에서는 보험계약 신청의 수령 행위를 별도의 모집 행위 유형으로 제시하고 있으며, 영국 PERG에서도 잠재적 보험계약자가 청약서를 작성하는 것을 도와주는 행위 및 보험계약자가 작성한 청약서의 내용 확인 및 수령 행위를 규제대상행위로서의 주선 행위에 해당한다고 보고 있다.

2. 사안별 분석

아래에서는 보험 모집 행위에 해당하는지 여부가 문제될 수 있는 몇 가지 사안을 제시하고 각각의 경우 모집 해당 여부를 간단히 분석해보도록 한다.

가. 비교사이트 운영

최근 비교사이트가 가망고객 유입을 위한 새로운 플랫폼으로서 활발히 사용되고 있으며 보험 상품의 경우도 그러하다. 고객이 원하는 조건을 입력하면 그에 부합하는 다수의 보험 상품의 가격 비교 정보를 게시하고, 고객이 보험 가입을 원하는 경우 보험회사 또는 모집종사자에 연결하는 기능을 함께 제공하는 경우도 많다. 이러한 비교사이트의 경우 보험 모집과의 구분이 명확하지 않을 수 있다.⁸⁷⁾

이와 관련하여, 만약 비교사이트 내에서 직접 보험계약의 체결이 이루어질 수 있는 경우라면(즉, 보험계약 체결을 위해 보험회사 또는 모집종사자의 사이트로 이동하는 것이 아니라 비교사이트 내에서 바로 보험계약을 체결할 수 있는 경우) 이는 보험계약의 모집에 해당할 것이다.

또한 보험업법규는 보험계약에 관한 사항의 비교·공시 행위에 대해 모집 행위와 구분하고 있으므로 보험업법규에 따라 그 요건⁸⁷⁾을 갖추어 행해지는 비교·공시의 경우에는 모집 행위에 해당하지 않는다는 점이 명확하다.

이에, 아래에서는 비교사이트에서 비교 정보 및 보험회사나 모집종사자의 사이트 링크만을 제공할 뿐 비교사이트 내에서 직접 보험계약의 체결은 이루어질 수 없는 경우로서 보험업법규에 따른 비교·공시에는 해당하지 않는 경우(예컨대 보험협회를 통

87) 비교사이트에 대해서는 해외에서도 보험 모집 해당 여부에 대하여 논란이 되어 왔음. 영국의 경우 애그리게이터(Aggregator) 또는 가격비교사이트(Price Comparison Websites)라는 이름으로 보험시장에서 비교사이트가 활발히 이용되어 왔으며 이에 금융감독당국은 이러한 비교사이트 운영을 모니터링하고 비교사이트를 통한 보험 판매에 관한 별도의 지침을 마련하기도 하였음. 앞에서도 살펴본바와 같이 영국에서는 원칙적으로 규제대상행위의 범위를 넓게 보고 있기 때문에 비교사이트와 관련해서도 고객이 보험계약을 체결할 수 있도록 보험회사 또는 모집종사자의 링크를 제공하는 경우, 적극적으로 다수의 보험계약 조건들을 비교하는 경우 등을 규제대상행위로서의 주선 행위에 해당한다고 보고 있음. 나아가 비교사이트에서 특정 보험 상품을 추천하는 경우에는 규제대상행위로서의 조언 행위에도 해당할 수 있다고 판단함.

일본에서도 모집 행위와 모집 관련 행위를 구분함에 있어 비교사이트를 어떻게 취급할 것인지가 문제되었으며, 일본 금융청은 비교사이트에서 보험회사 또는 모집종사자로부터의 정보를 옮겨 신는 것에 그치는 경우라면 모집의 정도에는 이르지 않는 모집 관련 행위에 해당하지만, 이에서 나아가 비교사이트에서 보험회사 또는 모집종사자로부터 보수를 받고 구체적인 보험 상품의 추천·설명을 하는 경우에는 모집에 해당한다고 보고 있음

88) 보험회사나 모집종사자 외의 자가 보험계약에 관한 사항을 비교·공시함에 있어서는 다음의 요건을 준수하여야 함(보험업감독규정 제7-46조의2 및 보험업감독업무시행세칙 제5-11조의3)

- 보험협회를 통해 제공받은 정보만을 비교·공시할 것
- 보장내용 및 보험료, 저축성보험의 해약환급금 및 공시이율(최저보증이율 포함)에 대한 내용을 포함할 것
- 전문용어 또는 법률용어에 대한 설명을 연계하여 제공할 것
- 보험상품 비교·공시기관의 기본적인 검색기능과 연계하고 포괄적인 상품검색 및 재검색 기능을 제공할 것
- 비교·공시 사항은 광고 등 상업적 용도로 제공하는 정보와 명확히 분리하여 제공하되, 상업적 정보보다 우선하여 제공되도록 할 것
- 보험협회를 통해 제공받은 모든 상품에 대해 보장내용 및 보험료, 저축성보험의 해약환급금 및 공시이율(최저보증이율 포함)에 대한 내용을 비교·공시할 것

해 제공받은 모든 보험 상품에 대해 비교하는 것이 아니라 비교사이트와 제휴 계약을 체결한 일부 보험회사들의 상품에 대한 비교 정보만 제공하는 경우)에 대하여 살펴보기로 한다.

비교사이트 운영이 보험 모집 행위에 해당하는지 여부를 판단함에 있어서는, 비교사이트에서 순수하게 객관적·중립적인 비교 정보 제공에 그치는 것인지 아니면 이에 서 나아가 특정 보험 상품을 추천하고 가입을 권유하는 정도에 이르는 것인지를 살펴 서, 후자의 경우라면 보험 모집 행위에 해당한다고 보는 것이 타당할 것이다.

만약 고객이 입력한 조건에 맞는 보험 상품을 비교하는 내용을 기계적이고 수동적 으로 표시할 뿐이고 비교사이트 운영자의 주관이나 판단·의견이 전혀 개입되지 않는 형태라면, 이는 객관적·중립적인 정보 제공이지 특정 보험 상품의 추천이나 가입 권유 에 이르지 않는 것으로 볼 소지가 있을 것이다. 그러나 이와 달리 비교사이트 운영자 의 주관이나 판단이 개입하여 특정 보험 상품을 추천하거나 우선하는 듯한 표시를 하 거나 특정 보험 상품의 선택에 영향을 미칠 수 있는 의견이나 가치 판단을 포함하고 있 는 경우 등이라면 특정 보험 상품의 추천이나 가입 권유에 해당할 수도 있을 것이다. 이와 관련하여 다수의 보험 상품들을 정렬을 하고 특정 상품을 우선하는 표시를 함에 있어서 그러한 정렬 순서에 객관적·합리적인 이유가 없는 경우라면 특정 보험 상품의 추천이나 가입 권유에 해당할 가능성이 있을 것이며,⁸⁹⁾ 비교 대상 보험 상품의 수가 너무 적은 경우(예컨대 1~2개 상품을 비교하는 데에 그치는 경우)에도 이는 객관적·중립적인 정보 제공으로서의 기능보다는 특정 상품을 추천하고 가입을 권유하는 성격이 높아질 수 있을 것으로 생각된다.

결국 구체적 사안에서 비교사이트의 구성이나 게시 내용, 방식 등을 종합적으로 고 려하여 모집 해당 여부를 판단해야 할 것이다.

한편 비교사이트를 직접 운영하는 것이 아니라 단순히 비교사이트를 소개하고 링크 만 게시하는 행위의 경우에는, 이는 장소 또는 수단만 빌려준 것에 불과하므로 이 자체 를 모집 행위라고 보기는 어렵다고 생각된다.

89) 細田浩史(2016)

나. 지인 소개·추천

기존 보험계약자나 SNS 이용자 등이 지인을 보험회사나 모집종사자에게 소개하거나, 보험회사나 모집종사자에게 지인의 정보를 제공하는 경우, 지인에게 보험 상품을 추천하는 경우 등이 생길 수 있다.

이 경우 불특정 다수를 상대로 한 행위가 아니라 특정인을 대상으로 한 행위라는 점에서, 특정인에 대해 보험 거래를 성사시키기 위한 개별적·적극적 행위로서의 성격이 높아지는 것이라고 보는 입장이 있을 수 있다. 금융위원회 유권해석에서도 지인 소개·추천과 관련하여 보험 모집 행위에는 잠재적 보험계약자를 소개하거나 그에게 보험 상품을 소개하는 행위가 포함되며 지인 소개·추천 행위에 대해 대가가 지급되는 경우에는 모집 행위에 해당할 소지가 크다고 답변하고 있는 것이다.

그러나 소개·추천이라는 이름하에 다양한 형태의 행위가 이루어질 수 있는 것인데, 만약 특정 보험 상품 또는 특정 보험회사의 특정 종류의 보험 상품을 추천하거나 설명하는 행위가 개입된다면 이는 보험 모집에 해당할 수 있겠지만, 보험 상품에 대한 추천이나 설명 등이 전혀 없이 단순히 지인을 보험회사나 모집종사자에게 소개하거나 보험회사 또는 모집종사자에게 지인의 정보를 제공할 뿐이라면, 이는 보험회사나 모집종사자가 예컨대 이벤트 등을 통해 가망고객의 정보를 획득하는 경우와 유사하게 평가될 수 있는 것으로, 보험 모집 행위에 해당한다고 보는 것은 타당하지 않다고 생각된다.⁹⁰⁾

다. 광고

보험업법에서는 보험회사 또는 모집종사자가 하는 광고 행위에 대해서만 규제하고 있어서, 보험 모집 자격 없는 자가 하는 광고 행위는 어떻게 보아야 하는 것인지 문제될 수 있다.

우선, 보험회사나 모집종사자가 만든 광고물을 단지 수동적으로 게시하는 정도라면

90) 일본 금융청도 보험 상품의 추천·설명을 하지 않고 잠재고객의 정보를 보험회사 또는 모집종사자에게 제공할 뿐인 행위에 대해서는 모집이 아닌 모집 관련 행위에 해당한다는 입장

모집에 해당하지 않을 것이다. 수동적 게시만으로는 특정 계약의 성립을 위한 적극적 가입 행위를 했다고 보기 어려우며 단지 광고 게시를 위한 수단만을 제공한 경우에 해당할 것이기 때문이다.

이와는 달리, 보험 모집 자격이 없는 자가 직접 보험 상품에 대한 광고를 만들어서 하는 경우라면, 이는 모집과 마찬가지로 보아서, 위에서 살펴본 모집 행위의 기준을 동일하게 적용해야 할 것이라고 생각된다. 이에, 광고에 특정 보험 상품 또는 특정 보험 회사의 특정 종류의 보험 상품의 내용이 포함되어 있거나, 광고자의 주관이나 판단이 개입하여 특정 보험 상품을 추천하거나 우선하는 듯한 표시를 하는 경우 등이라면 모집으로 규제하는 것이 타당할 것이다. 만약 특정 보험 상품의 내용이나 가입 권유 등의 내용 없이, 단순히 보험회사명이나 모집종사자명을 소개하고 링크를 게시하는 정도의 행위라면, 보험 모집의 정도에는 이르지 않을 것으로 생각된다.

라. 보험가입상황 진단 및 보험 추천 서비스

최근에는 플랫폼을 이용한 보험 관리 또는 보험 추천 서비스도 등장하였는데, 고객이 인증 절차를 거치면 자신이 가입한 보험 가입 현황을 조회할 수 있고, 그러한 보험 가입 상황을 진단하고 예를 들어 비슷한 나이대의 다른 이용자와 비교하여 보장이 과도한 부분이나 중복 보장되고 있는 내용을 알려 주거나 보완이 필요한 보험을 추천해주는 서비스가 제공되기도 한다. 앞으로 인공지능이나 사물인터넷 등이 활성화되면 인공지능이 자체적으로 고객의 생활 습관이나 행동 유형 등을 파악하고 분석하여 그에 맞는 맞춤형 보험을 추천해주는 서비스가 가능해질 수도 있을 것이다.

이와 관련하여서는, 만약 특정 보험 상품 또는 특정 보험회사의 특정 종류의 보험 상품을 추천하는 것이 아니라 일반적으로 어떠한 종류의 보험이 필요하다고 추천하는 정도라면 보험 모집에는 해당하지 않을 것이나, 이에서 나아가 특정 보험회사의 보험 상품을 추천하는 정도라면 보험 모집에 해당할 수 있을 것으로 생각된다.

3. 추가 고려 사항

앞서 보험 모집 행위와 보험 모집 행위에 해당하지 않는 행위를 구분하기 위한 주요 기준을 제안해 보았다.

보험업법상 보험 모집이라는 것이 중요한 개념이라는 점을 고려하면, 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 좀 더 구체적인 기준이 법규나 감독당국의 지침, 유권해석 등을 통해 반영된다면, 법적 불명확성을 낮추고 예측가능성을 높이는 데에 도움이 될 수 있을 것으로 생각된다. 예를 들어 보험업법상 보험 모집에 대한 정의 조항을 개정하거나, 감독당국 지침 또는 유권해석을 통하여 보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대해 구체적인 사항을 정하는 방안, 또는 두 가지를 병행하여 보험업법상 정의 조항에서 모집의 핵심 개념 요소를 제시하고 감독당국 지침이나 유권해석을 통해 좀 더 세부적인 내용을 설명하는 방안도 가능할 수 있을 것이다.

본 연구에서는 보험 상품이나 보험 모집 채널을 불문하고 보험 모집 행위 해당 여부를 판단함에 있어 공통적으로 적용될 수 있는 보험 모집 행위의 핵심 개념 요소를 제시하는 것을 목표로 하였는데, 향후 모집 규제와 관련하여 입법 정책적으로 고려하거나 추가 검토가 필요한 사항들도 있다고 생각되며, 이에 대해 몇 마디 덧붙여보고자 한다.

우선 보험 모집 행위와 보험 모집 행위에 해당하지 않는 행위의 구분에 대해 법규나 감독당국 지침 등으로 이를 정하고자 한다면, 일본에서 모집 관련 행위라는 개념을 신설한 사례를 참고해볼 수 있을 것으로 생각된다. 일본의 경우 보험 모집에 대한 정의 조항의 내용도 우리나라의 법 조항과 유사하며, 보험 모집의 유형도 우리나라의 판례와 유사하게 판단하고 있다. 잠재고객의 발굴에서부터 보험계약의 체결에 이르는 일련의 과정에서 반드시 모집 자격이 있는 자에 의해 행해질 필요까지는 없지만 일정한 규율 대상으로 할 필요성은 있는 행위들이 있다는 문제 인식하에, 그러한 행위들에 대해 모집 관련 행위라는 새로운 개념으로 다루어, 보험회사나 모집종사자가 모집 자격 없는 제3자에게 모집 관련 행위를 위탁함에 있어 적절한 관리·감독을 하도록 규율하고 있는 점도 적절한 접근 방법이라고 생각한다. 이처럼 보험의 모집 또는 모집의 기회 제공과 관련은 되어 있지만 직접 모집에 해당한다고 보기는 어려운 행위들을 모집 관련

행위라는 개념으로 구분해내고, 우선은 모집 관련 행위를 위탁하는 보험회사나 모집종사자 측면에서 이를 적정히 관리·감독하도록 규율하는 것에서 시작할 수 있겠다. 물론, 향후 모집 관련 행위에 대해 별도로 규제할 필요성이 제기되는 경우에는 모집 관련 행위나 모집 관련 행위자 자체를 규율 대상으로 하는 방법을 고려해볼 수 있을 것이다.

아울러, 우리 보험업법상 금융기관보험대리점 관련 조항이나 미국 뉴욕주 보험법 등의 경우처럼, 소개비 등의 지급과 관련하여 별도의 명시적 규제를 도입하는 방안도 고려해볼 필요가 있을 것이다. 어떠한 행위가 보험 모집 행위에 해당하는지 여부를 판단함에 있어서는 기본적으로는 해당 행위의 실질을 따져야 할 것이며 그 행위에 대해 대가가 지급되었는지 여부 및 대가 산정의 방식 자체가 모집 해당 여부를 결정하는 절대적인 기준이 될 수는 없을 것이다. 그러나 해당 행위가 이루어진 목적이나(예컨대 보험계약 체결을 성사시키기 위한 목적이었는지 단순한 개인적 호의에서 비롯된 것인지) 해당 행위의 실질이 무엇이었는지(예컨대 단순한 정보 제공에 불과하였는지 이어서 나아가 해당 보험계약 체결을 성사시키기 위한 적극적 권유가 있었는지)와 관련하여 그 사실관계를 명확히 입증하기 어려울 경우라면, 행위자에게 보험계약 체결 실적에 비례한 대가가 지급되는지 여부가 실질적으로 위 목적이나 실질을 추단할 수 있는 간접적 근거가 되지 않을 수 없다. 보험계약 체결 실적에 비례한 대가가 지급되는 경우에는 실질적으로 보험 가입 권유에까지 이를 개연성을 높일 수 있기 때문에 정책적으로도 이를 방지할 필요성이 있다는 점을 감안하면, 입법적으로 이를 명확히 규정해두는 방안을 고려해볼 수 있을 것이다. 이와 관련하여, 앞에서도 언급한 바와 같이, 모집의 범위를 확대 해석하거나 보험업법 제99조의 적용 범위를 모집과 관련한 행위에 대한 대가 지급의 경우에까지 확대 해석하는 것은 바람직한 해결 방법이 아니라고 생각하며, 필요하다면 모집 자격이 없는 자에게 모집 관련 행위,⁹¹⁾ 상담 또는 소개 등을 위탁함에 있어 보험계약 체결 실적에 비례하여 대가를 지급하는 것을 금지하는 별도의 명시적 조항을 신설하는 방법에 의하는 것이 타당할 것이다.

그 밖에도 대면 방식과 온라인 방식에 있어 모집 행위에 대한 규제를 달리 적용하는 방안,⁹²⁾ 가격비교사이트 운영과 관련하여 일정한 공시의무 등 규제를 도입하는 방

91) 이 경우 어떠한 행위가 모집 관련 행위에 해당하는지에 대해서도 구체화할 필요가 있겠음

안,⁹³⁾ 모집 자격 규제나 무자격자에 대한 모집 위탁 금지 규제에 있어 영업성 또는 계속성·반복성을 요건으로 추가하는 방안 등도 입법 정책적으로 고려해볼 수 있을 것이다. 또한 보험계약 체결 이후의 유지·관리 단계에서 모집 자격 있는 자에 의해 행해져야 하는 행위에 대해서도 모집이라는 용어로 포괄하여 사용할 것인지, 아니면 모집의 개념은 보험계약 체결 단계에서만 사용하고 그 이후에는 계약의 유지·관리라는 별도의 용어를 사용해서 규율할 것인지에 대해서도 입법적으로 정리를 할 필요도 있을 것으로 생각된다. 아울러, 향후에는 새로운 마케팅 채널 활성화를 위하여 개념상으로는 모집의 범위에 포함될 수 있겠으나 정책적으로 일정한 경우에 모집 규제를 완화하는 방안⁹⁴⁾에 대해서도 심도 있는 추가 검토가 필요할 수 있을 것이다.

92) 기존 유권해석에서는 모집과 광고를 구분함에 있어 특정인을 상대로 한 개별적인 행위가 있었는지 여부를 기준으로 하는 경향이 있으나, 앞서 기재한바와 같이 온라인 방식의 경우에는 불특정 다수를 상대로 이루어지는 일방적인 행위인 경우도 많기 때문에 전통적인 대면 방식에서 사용될 수 있는 위와 같은 기준을 적용하는 것이 적절하지 않을 수 있음. 또한 온라인 방식의 경우 게시물 자체의 내용과 방식, 구조 등을 토대로 행위의 실질을 판단할 수 있으며, 게시물 외의 추가적인 행위가 이루어지기 어려운 특징도 있겠음. 따라서 소개비 등을 계약 체결 실적에 비례하여 지급하는 것을 금지하는 규제를 새로 도입하려고 하는 경우에도 대면 방식과 온라인 방식을 구분할 필요는 없을지 고민이 필요할 것으로 생각됨

93) 예컨대 모집에 대한 권한이나 책임이 없고 단지 비교 정보만 제공하는 것이라는 점을 명시하도록 하거나, 모든 보험 상품에 대한 비교가 아니라 일부 보험 상품에 대한 비교 정보만 제공하는 경우에는 그러한 사항을 명시하도록 하는 방안, 비교 정보를 일정한 순서로 정렬하는 경우 그러한 순서의 근거를 밝히도록 하는 방안 등을 생각해볼 수 있을 것임

94) 예를 들어 영국에서 연계형 보험(Connected contract of insurance)에 대하여 예외사유로 인정한 사례, 선임대리인(Appointed representatives)에 대하여 면제 사유로 인정한 사례 등을 참고해볼 수 있겠음

참고문헌

- 성대규·안종민(2015), 『한국보험업법』, 두남
- 손주찬(2007), 『주식 상법(총칙·상행위)』, 한국사법행정학회
- 이성남(2017), 『보험모집규제론』, 마인드맵
- 이철송(2016), 『상법총칙·상행위』, 박영사
- 정찬형(2007), 『주식 금융법(II) 보험업법』, 한국사법행정학회
- 정채웅(2017), 『보험업법 해설』, 진한엠앤비
- 한기정(2017), 『보험법』, 박영사
- FCA(2018), “PERG 5 : Guidance on Insurance Mediation Activities”
- FSA(2011), “Guidance on the: Selling of General Insurance Policies through Price Comparison Websites”
- Kevin G. Fitzgerald, N. Wesley Strickland, Morgan J Tilleman(2012), “Survey of the Current Insurance Regulatory Environment for Affinity Marketing Arrangements”, *FORC Journal*, Vol. 23 Edition 4 - Winter 2012
- NAIC(2013), “State Licensing Handbook”
- _____(2005), “Producer Licensing Model Act”
- State of New York Insurance Department(2001), “Circulation Letter No. 5(2001)”
- 細田浩史(2016), 「保険募集」に関する新たな基準と「募集関連行為」概念の新設, 『保険学雑誌』, 第635号
- 若狭一行(2016), 「保険業法改正後における募集関連行為に関する諸論点－保険募集以外の事業を営む者との業務提携における着眼点－」, 『旬刊商事法務』, No.2106
- 金融庁(2017), 『保険会社向けの総合的な監督指針』
- 金融審議会(2013), 『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』
- 生命保険協会(2017), 『募集関連行為に関するガイドライン』
- 日本損害保険協会(2017), 『募集コンプライアンスガイド』

부록. 서울행정법원 2015. 5. 28. 선고 2013구합62367 판결

서울행정법원 2015. 5. 28. 선고 2013구합62367 판결 [등록취소처분취소]

전 문

원고 1. 주식회사 A

2. B

피고 금융위원회

변론종결 2015. 4. 30.

판결선고 2015. 5. 28.

주문

1. 원고들의 청구를 모두 기각한다.
2. 소송비용은 원고들이 부담한다.

청구취지

1. 피고가 2013. 11. 13. 원고 주식회사 A에 대하여 한 등록취소처분을 취소한다.
2. 피고가 2013. 11. 13. 원고 B에 대하여 한 임원 해임권고 처분을 취소한다.

이유

1. 처분의 경위

가. 원고 주식회사 A(이하 '원고 회사'라고 한다)는 보험대리점업 등을 목적으로 설립된 법인이고, 원고 B은 원고 회사의 사내이사이다. 원고 회사의 2013. 3. 18. 기준 임직원 현황은 '임원 1명, 관리직원 2명, 소속 설계사 72명'이다.

나. 금융감독원장은 2013. 3. 14.부터 같은 달 18.까지 원고 회사에 대하여 부문 검사를 실시하였고, 그 결과 원고 회사가 보험모집에 관한 수수료를 부당하게 지급하여 보험업법 제99조 제2항을 위반한 사실을 적발하였다.

다. 금융감독원장은 2013. 7. 4. 제재심의위원회를 개최하여 피고에 대하여 위 적발 사실을 이유로 하여 원고 회사에 대한 보험대리점 등록취소 조치 등을 건의하기로 결의하였다. 이에 따라 피고는 2013. 11. 13. 원고 회사가 아래 표 기재와 같은 비위행위(이하 '이 사건 처분사유'라고 한다)로 보험업법 제99조 제2항을 위반하였다는 이유로 보험대리점 등록을 취소하였고, 같은 날 원고 회사에 대하여 이 사건 처분사유를 이유로 그 임원인 원고 B에 대한 해임을 권고하는 처분을 하였다(이하 위 처분을 모두 '이 사건 각 처분'이라고 한다).

□ 보험모집에 관한 수수료 부당 지급

- 원고 회사 보험대리점은 2007. 8. 26.부터 2013. 2. 26.까지 보험대리점 소속 설계사가 아닌 경기성남제일새마을금고 등 총 985개의 지역금고 및 새마을금고중앙회에 자동차보험가맹고객 소개비 명목으로 합계 15억 4,600만 원(수입수수료의 약 60%, 관련 계약: 36,820건)의 보험모집 수수료를 지급하였다.

라. 원고 회사는 보험대리점 등록취소처분에 불복하여 2014. 1. 16. 중앙행정심판위원회에 심판청구를 하였는데, 중앙행정심판위원회는 2014. 7. 8. 원고 회사의 위 심판 청구를 기각하였다.

[인정 근거] 다툼 없는 사실, 갑 제1, 4 내지 6호증, 을 1 내지 9, 11호증(가지번호 있는 것은 각 가지번호 포함, 이하 같다)의 각 기재 및 변론 전체의 취지

2. 이 사건 각 처분의 적법 여부

가. 원고들의 주장

1) 처분사유의 부존재

가) 원고 회사는 새마을금고중앙회 및 다수의 지역금고(이하 '새마을금고 등'이라고 한다)와 광고홍보 및 입점계약을 체결한 후 광고홍보 등에 대한 대가로 돈을 지급한 것으로

이는 보험모집에 관한 수수료에 해당하지 않는다.

나) 새마을금고 등은 인터넷 홈페이지에 배너광고를 게시하고, 사업장 내 홍보물을 비치하였으며, 지역금고 직원들은 보험상품의 가입희망의사를 나타낸 고객이 작성한 '개인(신용)정보 처리 동의서' 등을 원고 회사에 대하여 전달하였으나, 그후 구체적인 보험가입 권유, 상품 설명, 보험계약체결 등의 모집행위는 모두 원고 회사 소속 보험설계사가 시행하였다. 따라서 위와 같은 단순한 광고 및 사실행위는 보험계약의 중국적인 체결에 직접 관여한 것이 아니고, 구체적인 보험상품을 전제로 하는 것이 아니어서 보험업법이 규정하고 있는 '모집행위'에 해당하지 않는다.

2) 재량권의 일탈·남용

설령 처분사유가 존재한다고 하더라도, 가장 중한 제재수단인 등록취소, 해임권고를 한 이 사건 각 처분은 재량권을 일탈하거나 남용한 것으로 위법하다.

나. 관계 법령 등

별지 관계 법령 등의 기재와 같다.

다. 인정 사실

1) 원고 회사와 삼성화재해상보험 주식회사 등 사이의 보험대리점계약

원고 회사는 삼성화재해상보험 주식회사(이하 '삼성화재'라고 한다) 등 9개의 보험 회사와 그 각 보험회사가 판매하는 자동차 보험상품에 대하여 원고 회사가 보험모집을 하면 그 각 보험회사가 원고 회사에 대하여 보험모집에 따른 소정의 수수료를 지급하기로 하는 내용의 보험대리점계약을 각 체결하였다.

2) 원고 회사와 새마을금고 등의 계약 체결

가) 원고 회사는 2007. 7. 5. 새마을금고중앙회(2011. 3. 8. 새마을금고연합회에서 새마을금고중앙회로 변경됨)와 삼성화재 자동차보험(이하 '이 사건 보험상품'이라고 한다)에 관한 광고홍보 및 입점계약을 체결하였으며, 위 계약은 2010. 7. 5.부터 2012. 7. 4.까지 수차례에 걸쳐 계약기간이 연장되었다가 2013. 7. 4. 기간만료로 종료되었다. 새마을금

고중앙회는 지역금고에 대하여 위 계약의 참여신청안내를 하였고, 원고는 이에 따라 참여를 희망하는 다수의 지역금고와도 위와 동일한 내용의 계약을 체결하였다(이하 위 새마을금고 등과 체결한 계약을 통틀어 ‘이 사건 계약’이라고 한다).

나) 이 사건 계약의 내용 중 주요 부분은 아래 표 기재와 같다.

제1조(목적)

이 계약은 원고의 이 사건 보험상품 판매를 촉진하기 위한 효과적인 광고홍보와 관련하여 필요한 사항을 정리하는데 목적이 있다.

제2조(광고홍보 및 입점지원활동)

이 계약에 따른 광고홍보 및 입점지원활동은 다음 각 호와 같다.

1. 새마을금고 등의 홈페이지(www.kfcc.co.kr)에 삼성화재의 자동차보험상품 관련 배너 게시
2. 새마을금고 등의 사업장 내 삼성화재의 포스터 등 광고물 게시
3. 새마을금고 등 임직원 및 회원에 홍보물 발송 및 안내(다만, 사전에 동의한 임직원 및 회원에 한한다)
4. 새마을금고 등에 입점(shop in shop)한 원고의 모집사용인에 대한 근무공간 제공과 통신헌정 이용 등 제반지원

제3조(광고홍보 및 입점비용)

원고는 제2조의 광고홍보 및 입점(shop in shop)에 따른 비용을 [붙임] 광고홍보 및 입점비용 지급기준에 따라 새마을금고 등에 지급한다.

[붙임] 광고홍보비 및 입점비용 지급기준

1. 광고홍보 및 입점비용의 지급

광고홍보 및 입점(shop in shop) 계약서 제4조에서 정한 광고홍보 및 입점비용은 아래의 제2항, 제3항에 따라 매월 새마을금고 등에 지급한다.

2. 월별 지급기준

가. 새마을금고 광고홍보비

- 수입대상 : 자동차보험 제휴사업 참여금고
- 수입기준 : 새마을금고 임·직원의 광고홍보에 의한 '새마을금고 자동차보험기초자료'의 작성 또는 가맹고객의 추천으로 발생한 '보험계약체결 인정건수'를 기준으로 함.
- '보험계약체결 인정건수'라 함은 자동차보험의 평균 보험료 500,000원을 1건으로 환산 평가한 건수로 하며, 건수의 합은 소수점 첫 자리로 함.

구분	기준	광고홍보비	비고
자가용	보험계약체결 인정건수	50,000원/건당	공동물건 제외
영업용	상동	20,000원/건당	상동

나. 새마을금고연합회

총 보험계약체결인정건수(=비사업용+사업용+공동물건 실적)×2,000원/건

3. 지급세칙

가. 광고홍보비 등에 대한 계산서는 연 1회 교부한다.

나. 지급시기: 매월 26일에 지급한다.

3) 보험모집의 단계 및 수수료 지급의 경위

가) 새마을금고 등은 이 사건 계약에 따라 그 계약기간 동안 홈페이지에 이 사건 보험상품에 관한 배너광고를 게시하였고, 새마을금고 등의 사업장 내에 이 사건 보험상품에 관한 안내자료 등의 광고물을 게시하였다. 또한 새마을금고중앙회 및 일부 거점 지역금고는 해당 사업장에 입점한 원고 회사 소속 직원들에게 근무 공간, 통신 환경 등을 제공하였다.

나) 주로 공제사업 등을 담당하는 지역금고 직원은 위 가)항 기재와 같은 홍보행위로 인하여 금고의 고객이 이 사건 보험상품에 관하여 문의를 하면서 가입희망의사를 나타내는 경우 또는 스스로 금고의 고객에게 이 사건 보험상품을 적극적으로 권유하여 그 고객이 가입희망의사를 나타내는 경우 또는 스스로 금고의 고객에게 이 사건 보험상품을 적극적으로 권유하여 그 고객이 가입희망의사를 나타내는 경우 해당 고객에게 '자동차보험 기초자료 중 피보험자사항 및 차량사항', '개인(신용)정보 처리 동의서'를 작성하도록 한 후 이를 원고 회사에 송부하였고, 해당 고객에게 원고 회사 소속 보험설계사가 별도로 연락하여 이 사건 자동차보험에 관하여 안내할 예정임을 고지하였다.

다) 원고 회사는 위와 같이 송부받은 자료를 토대로 보험계약자와 보험계약을 체결한 다음 새마을금고 등에 그 직원이 송부한 '자동차보험 기초자료'와 '개인(신용)정보 처리 동의서'에 따라 체결된 보험계약 건수를 실적기준으로 하여 이 사건 계약에 정한 광고홍보비 및 입점비용(이하 '이 사건 홍보비'라고 한다)을 지급하였는데, 2007. 8. 26.부터 2013. 2. 26.까지 경기성남제일새마을금고 등 985개의 지역금고와 새마을금고중앙회에 지급된 이 사건 홍보비는 15억 4,600만 원으로 이는 원고 회사의 수입수수료의 약 60%에 해당한다.

라) 이 사건 계약에 따라 새마을금고 등과 원고 회사가 보험계약체결을 진행한 업무의 흐름은 아래 표 기재와 같다.

보험계약 체결과정	①	지역금고 직원이 금고 고객에게 이 사건 보험상품에 관하여 권유
	②	지역금고 등 직원이 가입희망고객에 대한 자동차보험 기초자료 및 정보 제공동의서 작성하여 그 자료를 원고 회사 소속 보험설계사에게 제공
	③	원고 회사 소속 보험설계사가 위 자료를 접수
	④	원고 회사 소속 보험설계사가 해당 고객과 계약상담을 하면서 비교견적 제공한 후 계약체결
	⑤	원고 회사가 위 자료에 근거하여 체결된 보험계약 건수를 새마을금고중앙회에 통보
보험계약 체결 이후	⑥	원고 회사가 월별 실적 집계하여 새마을금고중앙회로 통보
	⑦	원고 회사는 이 사건 홍보비 계산 후 새마을금고에 대하여 통보
	⑧	원고 회사는 다음 달 26일에 새마을금고 등에 대하여 이 사건 홍보비를 송금
	⑨	세금계산서 발행

4) 관련 형사사건의 결과

금융감독원은 이 사건 처분사유와 관련하여 새마을금고중앙회 등을 보험업법위반죄로 고발하였는데, 서울중앙지방검찰청은 2014. 7. 2. 새마을금고중앙회 등에 대하여 아래와 같은 이유로 기소유예 처분을 하였다.

□ 피의사실

새마을금고중앙회 등은 공모하여, 2009. 6. ~ 2013. 2. 새마을금고는 보험업법상 보험모집 자격이 없음에도 985개 지역금고로 하여금 고객들의 '자동차보험 기초자료' 및 '개인정보'를 수집하여 삼성화재 보험대리점인 원고 회사에 제공하도록 하여 원고 회사의 자동차보험 계약체결을 도와주고 그 대가로 원고 회사로부터 합계 29억여 원을 수수하였다.

□ 불기소 이유

피의사실은 인정되나, 새마을금고중앙회 등은 새마을금고 고객들로부터 원고 회사의 보험계약 체결을 위한 기초자료를 수집한 정도에 불과하여 보험 모집행위로서 범위가 약한 점, 본건에 따른 개별 지역금고의 수익은 약 4년간 합계 200만 원대에 불과한 점, 새마을금고중앙회 등이 원고 회사와의 본건 업무제휴관계를 청산한 점 등을 감안하여 기소유예를 한다.

5) 새마을금고 등의 이 사건 홍보비 사용처 관련

증인 C는 2008.경부터 새마을금고중앙회에서 근무하고 있는데, 이 법정에 출석하여 이 사건 홍보비의 사용내역에 관하여 아래와 같이 증언하였다.

- 새마을금고 등은 원고 회사로부터 이 사건 홍보비를 지급받으면 이를 금고 수익으로 계산을 하고, 그것을 사업 예산범위 내에서 집행을 한다.
- 일부 금고는 위 예산범위 내에서 집행을 하면서 담당 직원에게 보험계약 체결 건수에 따라 성과급을 지급하였다.

[인정근거] 다툼없는 사실, 갑 제2, 3, 8, 9, 10호증, 을 제1 내지 9, 11, 12호증의 각 기재, 증인 C, D의 각 일부 증언 및 변론 전체의 취지

라. 판단

1) 처분사유의 존부

위 인정 사실에 변론 전체의 취지를 더하여 알 수 있는 다음과 같은 사정을 종합하면, 원고 회사가 새마을금고 등에 대하여 지급한 이 사건 홍보비는 '모집에 관하여 지급된 수수료'에 해당한다고 할 것이므로 이를 전제로 한 '보험업법 제99조 제2항을 위반하였다'는 처분사유는 존재한다. 따라서 원고들의 이 부분 주장은 이유 없다.

가) 관련 규정의 내용 및 취지: ① 보험업법 제2조 제12호에는 보험의 '모집'이라 함은 '보험계약의 체결을 중개 또는 대리하는 것'이라고 규정되어 있는데, 여기서 보험계약의 체결의 중개란 '보험자와 보험계약자 사이에서 보험계약이 성립될 수 있도록 힘쓰는 일체의 사실행위'를 말하고, 보험계약의 체결의 대리란 '보험자와 위탁계약을 체결한 보험대리점이 보험계약자로부터 청약의 의사표시를 수령하고 보험자를 위하여 승낙의 의사표시를 하면 그 법률효과가 직접 보험회사에 귀속되는 것'을 말한다. ② 보험업법 제99조 제2항은 보험 모집에 종사하는 자는 예외적으로 허용되는 경우가 아닌 한 타인에게 모집을 하게 하거나 그 위탁을 하거나, 모집에 관하여 수수료·보수나 그 밖의 대가를 지급하지 못하도록 규정하고 있는데, 그 취지는 일정한 자격을 갖춘 자에 대하여만 보험모집을 하게 하여 보험의 불완전판매를 방지하고, 나아가 다단계판매와 같이 보험을 매집하는 자를 따로 두고 수수료를 복수의 모집인이 나누어 가짐으로서 사실상 보험수수료 상승이 유발되는 것을 방지하여, 종합적으로 소비자를 보호하기 위함이다.

나) 보험의 모집과정: 보험상품이 고객에게 판매되는 보험모집의 과정은 일반적으로 다음과 같다. ① 모집종사자는 여러 방법을 통하여 보험에 가입할 수 있는 고객을 발굴하고 고객과 접촉하여 보험가입을 유도한다. ② 보험가입의사를 표시한 고객이 있는 경우 보험상품 판매에 필요한 고객의 구체적인 정보를 수집하여 보험가입금액의 설정 등의 보험계약을 설계한다. ③ 고객으로부터 보험에 관한 청약을 받으면 보험약관 및 상품설명서 등에 의한 보험계약내용을 설명한 후 보험계약청약서를 작성하였다. ④ 보험계약청약서를 보험계약 심사부서에 송부하고 보험계약 심사부서는 인수지침에 따라 심사를 거쳐 보험계약의 승낙여부를 결정하며 그 후 고객에게 보험증권을 발송한다.

다) 모집행위의 판단기준 및 해당행위: ① 어떠한 행위가 모집행위에 해당하는지 여부는 거래당사자의 보호에 목적을 둔 법규정의 취지에 비추어 보험계약의 중개 또는 대리하는 자의 행위를 객관적으로 보아 사회통념상, 거래의 알선, 중개를 위한 행위라고 인정되는지 여부에 의하여 결정하여야 한다(대법원 1997. 7. 23. 선고 98도1914 판결 등 참조). ② 보험 모집행위에는 앞서 본 과정과 같이 보험계약 체결의 권유 등 '보험계약의 유인 행위'와 '보험상품의 판매를 전제로 하는 보험계약 내용 설명'(보험계약 체결의 권유를 목적으로 하는 보험약관 등에 대한 내용 설명, 보험계약 청약서의 내용 및 기재사항 설명, 보험료의 산출과정 및 내용 설명, 보험금의 지급에 관한 사항의 설명) 등이 포함된다고 할 것인데, 그중 권유행위란 보험계약의 체결을 목적으로 고객에게 보험상품에 대한 정보를 제공하거나 보험가입을 촉구하는 행위를 말한다.

라) 이 사건 계약에 따른 새마을금고 등의 행위가 모집행위에 해당하는지 여부 : 앞서 본 바와 같이 새마을금고 등은 인터넷 홈페이지에 이 사건 보험상품에 관한 배너광고를 게시하고 사업장 내 홍보물을 비치하였다. 나아가 지역금고 직원은 이 사건 계약에 따른 홍보행위로 인하여 관심을 가진 금고의 고객이 보험상품에 관한 문의를 하면서 가입희망 의사를 나타내는 경우 또는 스스로 금고의 고객에게 적극적으로 이 사건 보험상품을 권유하여 그 고객이 가입희망의사를 나타내는 경우 해당 고객에게 '자동차보험 기초자료 중 피보험자사항 및 차량사항', '개인(신용)정보 처리 동의서'를 작성하도록 한 후 그 고객으로부터 이를 제출받아 원고 회사에 제공하였다. ① 이러한 행위 내용과 보험 모집 과정에 비추어 보면, 새마을금고 등은 보험 모집 자격을 가진 원고와 상호 협력하여 자동차보험의 구체적인 상품설명 및 상품설계과정을 제외한 권유행위를 하는 방법으로 보험계약 체결과정에 관여한 것으로 평가할 수 있는데, 새마을금고 등이 모집행위의 구성요소인 구체적인 보험상품의 설명 및 그 설계를 담당하지 않았다고 하더라도 권유행위 등 모집의 다른 구성요소를 갖춘 이상 이를 모집행위가 아니라고 볼 수 없고, 특히 보험상품설명을 하지 않았다는 이유만으로 모집행위가 아니라고 한다면 고지 및 설명 의무를 위반한 모집이 모두 모집행위에서 제외되는 불합리한 결과가 발생된다. ②보험의 '모집'이라 함은 통상 보험모집의 본질적인 요소인 보험계약자의 유치를 전제로 하는바, 이 사건 계약에 따라 보험 모집행위 전 과정에서 새마을금고 등과 원고 회사의 내부적인 역할분담이 있었지만, 잠재고객 발굴의 역할을 새마을금고 등이 담당하였고, 나아가 이 사건 보험은 자동차보험으로 의무보험이어서 새마을금고 등의 역할은 보험 모집과정에 있어 중요한 의미를 가질 수 있는 점, 보험계약자가 처음으로 접하는 자가 새마을금고 등이고 자동차보험 기초자료 양식에 새마을금고라고 기재되어 있어 보험계약자의 입장에서 보면 새마을금고 등도 원고 회사와 동등하게 모집에 관한 권한과 책임을 갖는 것으로 오인할 여지가 있는 점 등에 비추어 보면, 새마을금고 등이 보험 상품설명 및 설계에는 전혀 개입하지 않았다고 하더라도 단순한 보조행위가 아닌 공동모집으로서 모집행위를 한 것으로 평가함이 타당하다. ③ 다만, 이 사건 계약상 인터넷 홈페이지에서의 보험상품의 배너광고 부분은 잠재적인 일반고객을 대상으로 보험 상품의 판매를 촉진하기 위한 홍보행위에 불과하여 이러한 일반적이고 추상적인 행위 자체는 모집행위에 해당한다고 보기는 어렵다고 할 것이나, 앞서 본 지역금고 직원이 한 권유행위 등과 통틀어 이 사건 계약에 따라 수행한 일련의 행위들은 앞서 본 이유로 모집행위로 평가될 수 있다. 또한 새마을금고중앙회 직원들이 직접 고객에 대하여 보험상품의 권유행위를 하지는 않았다고 하더라도 새마을금고중앙회는 원고 회사와 이 사건 계약의 체결 및 이행에 관여하였는바, 앞서 본 새마을금고 중앙회가 담당할 역할 내지 업무 역시 모집행위에 해당한다고 보인다.

마) 이 사건 홍보비의 성격: 앞서 본 새마을금고 등의 행위가 모집행위에 해당한다고 할 것이고, 나아가 ① 원고가 삼성화재 주식회사로부터 지급받은 모집수수료의 일부를 새마을금고 등에 대하여 이 사건 계약에 따른 홍보비로 지급하였는데, 그 지급기준이 오로지 새마을금고 등 직원들에 의한 보험계약체결 인정건수이고, 그에 따라 홍보비가 산정된 점(원고 회사의 실제 매출의 약 60%에 상당하는 금액이 이 사건 홍보비로 지급되었다), ② 새마을금고 등은 원고 회사로부터 지급받은 이 사건 홍보비를 그 직원들의 성과금으로 집행한 것으로 보이는 점 등의 제반사정에 비추어 보면, 비록 외형상으로는 새마을금고 등에 대한 홍보비 지급형식을 취하였지만 원고 회사가 새마을금고 등에 지급한 홍보비 명목의 돈은 실질적으로 새마을금고 등이 다른 보험계약자를 모집하여 준 대가로 지급된 것이라 할 것이다. 따라서 이 사건 홍보비는 새마을금고 등의 모집행위에 대한 수수료라고 봄이 타당하다.

바) ‘모집에 관하여’의 의미: 보험업법 제99조 제2항은 ‘모집에 관하여’ 수수료 등을 지급하지 못한다고 규정하고 있어 모집행위 자체 뿐만 아니라 모집과 관련한 행위에 대하여 수수료 등을 지급하는 것 역시 위 조항에 포함된다고 할 것이다. 그러므로 설령, 새마을금고 등이 담당한 행위(특히, 새마을금고중앙회는 그 직원들이 직접 금고 고객에 대하여 권유행위를 하지는 않은 것으로 보인다)가 모집행위 그 자체로 볼 수 없다고 하더라도, 적어도 모집에 관련한 행위로 볼 수 있으며 그 대가로 이 사건 홍보비를 지급받았으므로 이는 보험법 제99조 제2항에서 정한 ‘모집에 관하여’ 수수료를 지급받은 경우에 해당한다고 봄이 타당하다.

사) 관련 형사사건의 결과: 새마을금고중앙회 등에 대한 관련 형사사건에서 새마을금고 중앙회 등이 이 사건 계약에 따라 보험 모집행위를 한 점이 인정되었다.

2) 재량권의 일탈·남용 여부

가) 제재적 행정처분이 사회통념상 재량권의 범위를 일탈하였거나 남용하였는지 여부는 처분사유로 된 위반행위의 내용과 당해 처분행위에 의하여 달성하려는 공익목적 및 이에 따르는 제반 사정 등을 객관적으로 심리하여 공익 침해의 정도와 그 처분으로 인하여 개인이 입게 될 불이익을 비교·형량하여 판단하여야 한다(대법원 2007. 6. 28. 선고 2005두9910 판결 참조). 이때 제재적 행정처분의 기준이 부령의 형식으로 규정되어 있는 경우 그것은 행정청 내부의 사무처리준칙을 규정한 것에 지나지 아니하여 위 처분기준에 적합하다 하여 곧바로 당해 처분이 적법한 것이라고 할 수는 없는 것이지만, 위 처

분기준이 그 자체로 헌법 또는 법률에 합치되지 아니하거나 위 처분기준에 따른 제재적 행정처분이 그 처분사유가 된 위반행위의 내용 및 관계 법령의 규정 내용과 취지에 비추어 현저히 부당하다고 인정할 만한 합리적인 이유가 없는 한 선불리 그 처분이 재량권의 범위를 일탈하였거나 재량권을 남용한 것이라고 판단해서는 안 된다(대법원 2007. 9. 20. 선고 2007두6946 판결). 한편, 원고 B에 대한 해임권고 처분은 피고가 원고 B에 대한 징계권자는 아니나 원고 회사에 대하여 원고 B에 대한 징계를 요구한 것인 점에서 위와 같은 법리를 유추 적용할 수 있다.

나) 위 인정 사실에 변론 전체의 취지를 더하여 알 수 있는 다음과 같은 사정, 즉 ① 위에서 인정한 바와 같이 원고 회사는 약 5년 6개월 동안 보험모집의 자격이 없는 새마을금고 등에게 보험모집행위를 하게 하였고, 이를 통하여 새마을금고 등에 15억 4,600만 원(수입수수료의 약 60%에 해당) 상당의 대가를 지급하였는바, 이러한 위반의 횟수와 위반의 실태를 볼 때 위반행위가 단체적, 대량적인 성격을 갖고 있어 그 폐해가 매우 크다고 보이는 점, ② 이 사건 보험대리점 등록취소처분은 금융기관검사 및 제재에 관한 규정 시행세칙 [별표 3] 금융업종별·위반행위별 제재양정기준에 따라 처분사유와 관련된 수당 등 금액을 기준으로 하여 이루어졌는데, 위 제재양정기준 등이 그 자체로 헌법 또는 법률에 합치되지 아니하거나 그에 따른 제재적 행정처분이 그 처분사유가 된 위반행위의 내용 및 관계 법령의 규정 내용과 취지에 비추어 현저히 부당하다고 인정할 만한 합리적인 이유가 있다고 보기 어려운 점 등에 앞에서 본 바와 같은 보험계약의 특수성과 보험모집질서를 건전하게 유지하여야 할 필요성 및 그에 따른 규제의 필요성 등을 감안하면, 원고들이 주장하는 사유를 모두 고려하더라도 이 사건 각 처분을 통하여 달성하고자 하는 공익상의 필요가 그로 인하여 원고들이 입게 될 불이익보다 결코 가볍다고 볼 수 없으므로, 이 사건 처분은 재량권의 범위 내에서 행하여진 적법한 처분이라고 봄이 상당하다. 따라서 원고들의 이 부분 주장도 이유 없다.

4. 결론

그렇다면, 원고들의 이 사건 각 청구는 모두 이유 없으므로 이를 기각하기로 하여 주문과 같이 판결한다.

보험연구원(KIRI) 발간물 안내

※ 2017년부터 기존의 연구보고서, 정책보고서, 경영보고서, 조사보고서가 연구보고서로 통합되었습니다.

■ 연구보고서

- 2017-1 보험산업 미래 / 김석영·윤성훈·이선주 2017.2
- 2017-2 자동차보험 과실상계제도 개선방안 / 전용식·채원영 2017.2
- 2017-3 상호협정 관련 입법정책 연구 / 정호열 2017.2
- 2017-4 저소득층 노후소득 보장을 위한 공사연계연금 연구 / 정원석·강성호·마지혜 2017.3
- 2017-5 자영업자를 위한 사적소득보상체계 개선방안 / 류건식·강성호·김동겸 2017.3
- 2017-6 우리나라 사회안전망 개선을 위한 현안 과제 / 이태열·최장훈·김유미 2017.4
- 2017-7 일본의 보험회사 도산처리제도 및 사례 / 정봉은 2017.5
- 2017-8 보험회사 업무위탁 관련 제도 개선방안 / 이승준·정인영 2017.5
- 2017-9 부채시가평가제도와 생명보험회사의 자본관리 / 조영현·이혜은 2017.8
- 2017-10 효율적 의료비 지출을 통한 국민건강보험의 보장성 강화 방안 / 김대환 2017.8
- 2017-11 인슈어테크 혁명: 현황 점검 및 과제 고찰 / 박소정·박지윤 2017.8
- 2017-12 생산물 배상책임보험 역할 제고 방안 / 이기형·이규성 2017.9
- 2017-13 보험금청구권과 소멸시효 / 권영준 2017.9
- 2017-14 2017년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2017.10
- 2017-15 2018년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석실 2017.11
- 2017-16 퇴직연금 환경변화와 연금세제 개편 방향 / 강성호·류건식·김동겸 2017.12
- 2017-17 자동차보험 한방진료 현황과 개선방안 / 송윤아·이소양 2017.12
- 2017-18 베이비부머 세대의 노후소득 / 최장훈·이태열·김미화 2017.12
- 2017-19 연금세제 효과연구 / 정원석·이선주 2017.12
- 2017-20 주요국의 지진보험 운영 현황 및 시사점 / 최창희·한성원 2017.12
- 2017-21 사적연금의 장기연금수령 유도방안 / 김세중·김유미 2017.12
- 2017-22 누적전망이론을 이용한 생명보험과 연금의 유보가격 측정 연구 / 지홍민 2017.12
- 2018-1 보증연장 서비스 규제 방안 / 백영화·박정희 2018.1
- 2018-2 건강생활서비스 공·사 협력 방안 / 조용운·오승연·김동겸 2018.2
- 2018-3 퇴직연금 가입자교육 개선 방안 / 류건식·강성호·이상우 2018.2

- 2018-4 IFRS 9과 보험회사의 ALM 및 자산배분 / 조영현·이혜은 2018.2
- 2018-5 보험상품 변천과 개발 방향 / 김석영·김세영·이선주 2018.2
- 2018-6 계리적 관점에서 본 실손의료보험 개선 방안 / 조재린·정성희 2018.3
- 2018-7 국내 보험회사의 금융겸업 현황과 시사점 / 전용식·이혜은 2018.3
- 2018-8 장애인의 위험보장 강화 방안 / 오승연·김석영·이선주 2018.4
- 2018-9 주요국 공·사 건강보험 연계 체계 분석 / 정성희·이태열·김유미 2018.4
- 2018-10 정신질환 위험보장 강화 방안 / 이정택·임태준·김동겸 2018.4
- 2018-11 기초서류 준수 의무 위반 시 과징금 부과기준 개선방안 / 황현아·백영하·권오경 2018.9
- 2018-12 2018년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2018.9
- 2018-13 상속법의 관점에서 본 생명보험 / 최준규 2018.9
- 2018-14 호주 퇴직연금제도 현황과 시사점 / 이경희 2018.9
- 2018-15 빅데이터 기반의 사이버위험 측정 방법 및 사이버사고 예측모형 연구 / 이진무 2018.9
- 2018-16 빅데이터 분석에 의한 요율산정 방법 비교: 실손의료보험 적용 사례 / 이항석 2018.9

■ 연구보고서(구)

- 2008-1 보험회사의 리스크 중심 경영전략에 관한 연구 / 최영목·장동식·김동겸 2008.1
- 2008-2 한국 보험시장과 공정거래법 / 정호열 2008.6
- 2008-3 확정급여형 퇴직연금의 자산운용 / 류건식·이경희·김동겸 2008.3
- 2009-1 보험설계사의 특성분석과 고능률화 방안 / 안철경·권오경 2009.1
- 2009-2 자동차사고의 사회적 비용 최소화 방안 / 기승도 2009.2
- 2009-3 우리나라 가계부채 문제의 진단과 평가 / 유경원·이혜은 2009.3
- 2009-4 사적연금의 노후소득보장 기능제고 방안 / 류건식·이창우·김동겸 2009.3
- 2009-5 일반화선형모형(GLM)을 이용한 자동차보험 요율상대도 산출 방법 연구 / 기승도·김대환 2009.8
- 2009-6 주행거리에 연동한 자동차보험제도 연구 / 기승도·김대환·김혜란 2010.1
- 2010-1 우리나라 가계 금융자산 축적 부진의 원인과 시사점 / 유경원·이혜은 2010.4
- 2010-2 생명보험 상품별 해지율 추정 및 예측 모형 / 황진태·이경희 2010.5
- 2010-3 보험회사 자산관리서비스 사업모형 검토 / 진 익·김동겸 2010.7

■ 정책보고서(구)

- 2008-2 환경오염리스크관리를 위한 보험제도 활용방안 / 이기형 2008.3
- 2008-3 금융상품의 정의 및 분류에 관한 연구 / 유지호·최 원 2008.3
- 2008-4 2009년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·이태열·신종협·황진태·유진아·김세환·이정환·박정희·김세중·최이섭 2008.11
- 2009-1 현 금융위기 진단과 위기극복을 위한 정책제언 / 진 익·이민환·유경원·최영목·최형선·최 원·이경아·이혜은 2009.2
- 2009-2 퇴직연금의 급여 지급 방식 다양화 방안 / 이경희 2009.3
- 2009-3 보험분쟁의 재판외적 해결 활성화 방안 / 오영수·김경환·이종욱 2009.3
- 2009-4 2010년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·황진태·변혜원·이경희·이정환·박정희·김세중·최이섭 2009.12
- 2009-5 금융상품판매전문회사의 도입이 보험회사에 미치는 영향 / 안철경·변혜원·권오경 2010.1
- 2010-1 보험사기 영향요인과 방지방안 / 송윤아 2010.3
- 2010-2 2011년도 보험산업 전망과 과제 / 이진면·김대환·이경희·이정환·최 원·김세중·최이섭 2010.12
- 2011-1 금융소비자 보호 체계 개선방안 / 오영수·안철경·변혜원·최영목·최형선·김경환·이상우·박정희·김미화 2010.4
- 2011-2 일반공제사업 규제의 합리화 방안 / 오영수·김경환·박정희 2011.7
- 2011-3 퇴직연금 적립금의 연금전환 유도방안 / 이경희 2011.5
- 2011-4 저출산·고령화와 금융의 역할 / 윤성훈·류건식·오영수·조용운·진 익·유진아·변혜원 2011.7
- 2011-5 소비자 보호를 위한 보험유통채널 개선방안 / 안철경·이경희 2011.11
- 2011-6 2012년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·황진태·이정환·최 원·김세중·오병국 2011.12
- 2012-1 인적사고 보험금의 지급방식 다양화 방안 / 조재린·이기형·정인영 2012.8
- 2012-2 보험산업 진입 및 퇴출에 관한 연구 / 이기형·변혜원·정인영 2012.10
- 2012-3 금융위기 이후 보험규제 변화 및 시사점 / 임준환·유진아·이경아 2012.11
- 2012-4 소비자중심의 변액연금보험 개선방안 연구: 공시 및 상품설계 개선을 중심으로 / 이기형·임준환·김해식·이경희·조영현·정인영 2012.12
- 2013-1 생명보험의 자살면책기간이 자살에 미치는 영향 / 이창우·윤상호 2013.1
- 2013-2 퇴직연금 지배구조체계 개선방안 / 류건식·김대환·이상우 2013.1
- 2013-3 2013년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·전용식·이정환·최 원·김세중·

- 채원영 2013.2
- 2013-4 사회안전망 체제 개편과 보험산업 역할 / 진 익·오병국·이성은 2013.3
- 2013-5 보험지주회사 감독체계 개선방안 연구 / 이승준·김해식·조재린 2013.5
- 2013-6 2014년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·전용식·최 원·김세중·채원영 2013.12
- 2014-1 보험시장 경쟁정책 투명성 제고방안 / 이승준·강민규·이해랑 2014.3
- 2014-2 국내 보험회사 지급여력규제 평가 및 개선방안 / 조재린·김해식·김석영 2014.3
- 2014-3 공·사 사회안전망의 효율적인 역할 제고 방안 / 이태열·강성호·김유미 2014.4
- 2014-4 2015년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·김석영·김진억·최 원·채원영·이아름·이해랑 2014.11
- 2014-5 의료보장체계 합리화를 위한 공·사건강보험 협력방안 / 조용운·김경환·김미화 2014.12
- 2015-1 보험회사 재무건전성 규제 - IFRS와 RBC 연계방안 / 김해식·조재린·이경아 2015.2
- 2015-2 2016년도 보험산업 전망과 과제 / 윤성훈·김석영·김진억·최 원·채원영·이아름·이해랑 2015.11
- 2016-1 정년연장의 노후소득 개선 효과와 개인연금의 정책방향 / 강성호·정봉은·김유미 2016.2
- 2016-2 국민건강보험 보장률 인상 정책 평가: DSGE 접근법 / 임태준·이정택·김혜란 2016.11
- 2016-3 2017년도 보험산업 전망과 과제 / 동향분석실 2016.12

■ 경영보고서(구)

- 2009-1 기업후지보험 활성화 방안 연구 / 이기형·한상용 2009.3
- 2009-2 자산관리서비스 활성화 방안 / 진 익 2009.3
- 2009-3 탄소시장 및 녹색보험 활성화 방안 / 진 익·유시용·이경아 2009.3
- 2009-4 생명보험회사의 지속가능성장에 관한 연구 / 최영목·최 원 2009.6
- 2010-1 독립판매채널의 성장과 생명보험회사의 대응 / 안철경·권오경 2010.2
- 2010-2 보험회사의 윤리경영 운영실태 및 개선방안 / 오영수·김경환 2010.2
- 2010-3 보험회사의 퇴직연금사업 운영전략 / 류건식·이창우·이상우 2010.3
- 2010-4(1) 보험환경변화에 따른 보험산업 성장방안 / 산업연구실·정책연구실·동향분석실 2010.6

- 2010-4(2) 종합금융서비스를 활용한 보험산업 성장방안 / 금융제도실·재무연구실
2010.6
- 2010-5 변액보험 보증리스크관리연구 / 권용재·장동식·서성민 2010.4
- 2010-6 RBC 내부모형 도입 방안 / 김해식·최영목·김소연·장동식·서성민 2010.10
- 2010-7 금융보증보험 가격결정모형 / 최영수 2010.7
- 2011-1 보험회사의 비대면채널 활용방안 / 안철경·변혜원·서성민 2011.1
- 2011-2 보증보험의 특성과 리스크 평가 / 최영목·김소연·김동겸 2011.2
- 2011-3 충성도를 고려한 자동차보험 마케팅전략 연구 / 기승도·황진태 2011.3
- 2011-4 보험회사의 상조서비스 기여방안 / 황진태·기승도·권요경 2011.5
- 2011-5 사기성클레임에 대한 최적조사방안 / 송윤아·정인영 2011.6
- 2011-6 민영의료보험의 보험리스크관리방안 / 조용운·황진태·김미화 2011.8
- 2011-7 보험회사의 개인형 퇴직연금 운영방안 / 류건식·김대환·이상우 2011.9
- 2011-8 퇴직연금시장의 환경변화에 따른 확정기여형 퇴직연금 운영방안 /
김대환·류건식·이상우 2011.10
- 2012-1 국내 생명보험회사의 기업공개 평가와 시사점 / 조영현·전용식·이혜은
2012.7
- 2012-2 보험산업 비전 2020 : @ sure 4.0 / 진 익·김동겸·김혜란 2012.7
- 2012-3 현금흐름방식 보험료 산출의 시행과 과제 / 김해식·김석영·김세영·이혜은
2012.9
- 2012-4 보험회사의 장수리스크 발생원인과 관리방안 / 김대환·류건식·김동겸
2012.9
- 2012-5 은퇴가구의 경제형태 분석 / 유경원 2012.9
- 2012-6 보험회사의 날씨리스크 인수 활성화 방안: 지수형 날씨보험을 중심으로 /
조재린·황진태·권용재·채원영 2012.10
- 2013-1 자동차보험시장의 가격경쟁이 손해율에 미치는 영향과 시사점 /
전용식·채원영 2013.3
- 2013-2 중국 자동차보험 시장점유율 확대방안 연구 / 기승도·조용운·이소양
2013.5
- 2016-1 뉴 노멀 시대의 보험회사 경영전략 / 임준환·정봉은·황인창·이혜은·김혜란·
정승연 2016.4
- 2016-2 금융보증보험 잠재 시장 연구: 지방자치단체 자금조달 시장을 중심으로
/ 최창희·황인창·이경아 2016.5
- 2016-3 퇴직연금시장 환경변화와 보험회사 대응방안 / 류건식·강성호·김동겸
2016.5

■ 조사보고서(구)

- 2008-1 보험회사 글로벌화를 위한 해외보험시장 조사 / 양성문·김진억·지재원·박정희·김세중 2008.2
- 2008-2 노인장기요양보험 제도 도입에 대응한 장기간병보험 운영 방안 / 오영수 2008.3
- 2008-3 2008년 보험소비자 설문조사 / 안철경·기승도·이상우 2008.4
- 2008-4 주요국의 보험상품 판매권유 규제 / 이상우 2008.3
- 2009-1 2009년 보험소비자 설문조사 / 안철경·이상우·권오경 2009.3
- 2009-2 Solvency II의 리스크 평가모형 및 측정 방법 연구 / 장동식 2009.3
- 2009-3 이슬람 보험시장 진출방안 / 이진면·이정환·최이섭·정중영·최태영 2009.3
- 2009-4 미국 생명보험 정산거래의 현황과 시사점 / 김해식 2009.3
- 2009-5 헤지펀드 운용전략 활용방안 / 진 익·김상수·김중훈·변귀영·유시용 2009.3
- 2009-6 복합금융 그룹의 리스크와 감독 / 이민환·전선애·최 원 2009.4
- 2009-7 보험산업 글로벌화를 위한 정책적 지원방안 / 서대교·오영수·김영진 2009.4
- 2009-8 구조화금융 관점에서 본 금융위기 분석 및 시사점 / 임준환·이민환·윤건용·최 원 2009.7
- 2009-9 보험리스크 측정 및 평가 방법에 관한 연구 / 조용운·김세환·김세중 2009.7
- 2009-10 생명보험계약의 효력상실·해약분석 / 류건식·장동식 2009.8
- 2010-1 과거 금융위기 사례분석을 통한 최근 글로벌 금융위기 전망 / 신종협·최형선·최 원 2010.3
- 2010-2 금융산업의 영업행위 규제 개선방안 / 서대교·김미화 2010.3
- 2010-3 주요국의 민영건강보험의 운영체제와 시사점 / 이창우·이상우 2010.4
- 2010-4 2010년 보험소비자 설문조사 / 변혜원·박정희 2010.4
- 2010-5 산재보험의 운영체제에 대한 연구 / 송윤아 2010.5
- 2010-6 보험산업 내 공정거래규제 조화방안 / 이승준·이종욱 2010.5
- 2010-7 보험종류별 진료수가 차등적용 개선방안 / 조용운·서대교·김미화 2010.4
- 2010-8 보험회사의 금리위험 대응전략 / 진 익·김해식·유진아·김동겸 2011.1
- 2010-9 퇴직연금 규제체계 및 정책방향 / 류건식·이창우·이상우 2010.7
- 2011-1 생명보험설계사 활동실태 및 만족도 분석 / 안철경·황진태·서성민 2011.6
- 2011-2 2011년 보험소비자 설문조사 / 김대환·최 원 2011.5
- 2011-3 보험회사 녹색금융 참여방안 / 진 익·김해식·김혜란 2011.7
- 2011-4 의료시장 변화에 따른 민영실손의료보험의 대응 / 이창우·이기형 2011.8

- 2011-5 아세안 주요국의 보험시장 규제제도 연구 / 조용운·변혜원·이승준·김경환·오병국 2011.11
- 2012-1 2012년 보험소비자 설문조사 / 황진태·전용식·윤상호·기승도·이상우·최 원 2012.6
- 2012-2 일본의 퇴직연금제도 운영체계 특징과 시사점 / 이상우·오병국 2012.12
- 2012-3 솔벤시 II의 보고 및 공시 체계와 시사점 / 장동식·김경환 2012.12
- 2013-1 2013년 보험소비자 설문조사 / 전용식·황진태·변혜원·정원석·박선영·이상우·최 원 2013.8
- 2013-2 건강보험 진료비 전망 및 활용방안 / 조용운·황진태·조재린 2013.9
- 2013-3 소비자 신뢰 제고와 보험상품 정보공시 개선방안 / 김해식·변혜원·황진태 2013.12
- 2013-4 보험회사의 사회적 책임 이행에 관한 연구 / 변혜원·조영현 2013.12
- 2014-1 주택연금 연계 간병보험제도 도입 방안 / 박선영·권오경 2014.3
- 2014-2 소득수준을 고려한 개인연금 세제 효율화방안: 보험료 납입단계의 세제방식 중심으로 / 정원석·강성호·이상우 2014.4
- 2014-3 보험규제에 관한 주요국의 법제연구: 모집채널, 행위 규제 등을 중심으로 / 한기정·최준규 2014.4
- 2014-4 보험산업 환경변화와 판매채널 전략 연구 / 황진태·박선영·권오경 2014.4
- 2014-5 거시경제 환경변화의 보험산업 파급효과 분석 / 전성주·전용식 2014.5
- 2014-6 국내경제의 일본식 장기부진 가능성 검토 / 전용식·윤성훈·채원영 2014.5
- 2014-7 건강생활관리서비스 사업모형 연구 / 조용운·오승연·김미화 2014.7
- 2014-8 보험개인정보 보호법제 개선방안 / 김경환·강민규·이해광 2014.8
- 2014-9 2014년 보험소비자 설문조사 / 전용식·변혜원·정원석·박선영·오승연·이상우·최 원 2014.8
- 2014-10 보험회사 수익구조 진단 및 개선방안 / 김석영·김세중·김혜란 2014.11
- 2014-11 국내 보험회사의 해외사업 평가와 제언 / 전용식·조영현·채원영 2014.12
- 2015-1 보험민원 해결 프로세스 선진화 방안 / 박선영·권오경 2015.1
- 2015-2 재무건전성 규제 강화와 생명보험회사의 자본관리 / 조영현·조재린·김혜란 2015.2
- 2015-3 국내 배상책임보험 시장 성장 저해 요인 분석 - 대인사고 손해배상액 산정 기준을 중심으로 - / 최창희·정인영 2015.3
- 2015-4 보험산업 신뢰도 제고 방안 / 이태열·황진태·이선주 2015.3
- 2015-5 2015년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2015.8
- 2015-6 인구 및 가구구조 변화가 보험 수요에 미치는 영향 / 오승연·김유미 2015.8

- 2016-1 경영환경 변화와 주요 해외 보험회사의 대응 전략 / 전용식·조영현 2016.2
- 2016-2 시스템리스크를 고려한 복합금융그룹 감독방안 / 이승준·민세진 2016.3
- 2016-3 저성장 시대 보험회사의 비용관리 / 김해식·김세중·김현경 2016.4
- 2016-4 자동차보험 해외사업 경영성과 분석과 시사점 / 전용식·송윤아·채원영 2016.4
- 2016-5 금융·보험세제연구: 집합투자기구, 보험 그리고 연금세제를 중심으로 / 정원석·임 준·김유미 2016.5
- 2016-6 가용자본 산출 방식에 따른국내 보험회사 지급여력 비교 / 조재린·황인창·이경아 2016.5
- 2016-7 해외 사례를 통해 본 중·소형 보험회사의 생존전략 / 이태열·김해식·김현경 2016.5
- 2016-8 생명보험회사의 연금상품 다양화 방안: 종신소득 보장기능을 중심으로 / 김세중·김혜란 2016.6
- 2016-9 2016년 보험소비자 설문조사 / 동향분석실 2016.8
- 2016-10 자율주행자동차 보험제도 연구 / 이기형·김혜란 2016.9

■ 조사자료집

- 2014-1 보험시장 자유화에 따른 보험산업 환경변화 / 최 원·김세중 2014.6
- 2014-2 주요국 내부자본적정성 평가 및 관리 제도 연구 - Own Risk and Solvency Assessment - / 장동식·이정환 2014.8
- 2015-1 고령층 대상 보험시장 현황과 해외사례 / 강성호·정원석·김동겸 2015.1
- 2015-2 경증치매자 보호를 위한 보험사의 치매실태 도입방안 / 정봉은·이선주 2015.2
- 2015-3 소비자 금융이해력 강화 방안: 보험 및 연금 / 변혜원·이해랑 2015.4
- 2015-4 글로벌 금융위기 이후 세계경제의 구조적 변화 / 박대근·박춘원·이항용 2015.5
- 2015-5 노후소득보장을 위한 주택연금 활성화 방안 / 전성주·박선영·김유미 2015.5
- 2015-6 고령화에 대응한 생애자산관리 서비스 활성화 방안 / 정원석·김미화 2015.5
- 2015-7 일반 손해보험 요율제도 개선방안 연구 / 김석영·김혜란 2015.12
- 2018-1 변액연금 최저보증 및 사업비 부과 현황 조사 / 김세환 2018.2

■ 연차보고서

- 제 1 호 2008년 연차보고서 / 보험연구원 2009.4
- 제 2 호 2009년 연차보고서 / 보험연구원 2010.3
- 제 3 호 2010년 연차보고서 / 보험연구원 2011.3
- 제 4 호 2011년 연차보고서 / 보험연구원 2012.3
- 제 5 호 2012년 연차보고서 / 보험연구원 2013.3
- 제 6 호 2013년 연차보고서 / 보험연구원 2013.12
- 제 7 호 2014년 연차보고서 / 보험연구원 2014.12
- 제 8 호 2015년 연차보고서 / 보험연구원 2015.12
- 제 9 호 2016년 연차보고서 / 보험연구원 2017.1
- 제 10 호 2017년 연차보고서 / 보험연구원 2018.1

■ 영문발간물

- 제 7 호 Korean Insurance Industry 2008 / KIRI, 2008.9
- 제 8 호 Korean Insurance Industry 2009 / KIRI, 2009.9
- 제 9 호 Korean Insurance Industry 2010 / KIRI, 2010.8
- 제10호 Korean Insurance Industry 2011 / KIRI, 2011.10
- 제11호 Korean Insurance Industry 2012 / KIRI, 2012.11
- 제12호 Korean Insurance Industry 2013 / KIRI, 2013.12
- 제13호 Korean Insurance Industry 2014 / KIRI, 2014.8
- 제14호 Korean Insurance Industry 2015 / KIRI, 2015.8
- 제15호 Korean Insurance Industry 2016 / KIRI, 2016.8
- 제16호 Korean Insurance Industry 2017 / KIRI, 2017.8
- 제 7 호 Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2013 / KIRI, 2014.2
- 제 8 호 Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2013 / KIRI, 2014.5
- 제 9 호 Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2014 / KIRI, 2014.8
- 제10호 Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2014 / KIRI, 2014.10
- 제11호 Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2014 / KIRI, 2015.2
- 제12호 Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2014 / KIRI, 2015.4
- 제13호 Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2015 / KIRI, 2015.8
- 제14호 Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2015 / KIRI, 2015.11
- 제15호 Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2015 / KIRI, 2016.2
- 제16호 Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2015/ KIRI, 2016.6

- 제17호 Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2016/ KIRI, 2016.9
- 제18호 Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2016/ KIRI, 2016.12
- 제19호 Korean Insurance Industry Trend 3Q FY2016/ KIRI, 2017.2
- 제20호 Korean Insurance Industry Trend 4Q FY2016/ KIRI, 2017.5
- 제21호 Korean Insurance Industry Trend 1Q FY2017/ KIRI, 2017.9
- 제22호 Korean Insurance Industry Trend 2Q FY2017/ KIRI, 2017.11

■ CEO Report

- 2008-1 자동차보험 물적담보 손해를 관리 방안 / 기승도 2008.6
- 2008-2 보험산업 소액지급결제시스템 참여 관련 주요 이슈 / 이태열 2008.6
- 2008-3 FY2008 수입보험료 전망 / 동향분석실 2008.8
- 2008-4 퇴직급여보장법 개정안의 영향과 보험회사 대응과제 / 류건식·서성민 2008.12
- 2009-1 FY2009 보험산업 수정전망과 대응과제 / 동향분석실 2009.2
- 2009-2 퇴직연금 예금보험요율 적용의 타당성 검토 / 류건식·김동겸 2009.3
- 2009-3 퇴직연금 사업자 관련규제의 적정성 검토 / 류건식·이상우 2009.6
- 2009-4 퇴직연금 가입 및 인식실태 조사 / 류건식·이상우 2009.10
- 2010-1 복수사용자 퇴직연금제도의 도입 및 보험회사의 대응과제 / 김대환·이상우·김혜란 2010.4
- 2010-2 FY2010 수입보험료 전망 / 동향분석실 2010.6
- 2010-3 보험소비자 보호의 경영전략적 접근 / 오영수 2010.7
- 2010-4 장기손해보험 보험사기 방지를 위한 보험금 지급심사제도 개선 / 김대환·이기형 2010.9
- 2010-5 퇴직금 중간정산의 문제점과 개선과제 / 류건식·이상우 2010.9
- 2010-6 우리나라 신용카드시장의 특징 및 개선논의 / 최형선 2010.11
- 2011-1 G20 정상회의의 금융규제 논의 내용 및 보험산업에 대한 시사점 / 김동겸 2011.2
- 2011-2 영국의 공동계정 운영체제 / 최형선·김동겸 2011.3
- 2011-3 FY2011 수입보험료 전망 / 동향분석실 2011.7
- 2011-4 근퇴법 개정에 따른 퇴직연금 운영방안과 과제 / 김대환·류건식 2011.8
- 2012-1 FY2012 수입보험료 전망 / 동향분석실 2012.8
- 2012-2 건강생활서비스법 제정(안)에 대한 검토 / 조용운·이상우 2012.11
- 2012-3 보험연구원 명사초청 보험발전 간담회 토론 내용 / 윤성훈·전용식·전성주·

- 채원영 2012.12
- 2012-4 새정부의 보험산업 정책(I): 정책공약집을 중심으로 / 이기형·정인영 2012.12
- 2013-1 새정부의 보험산업 정책(II): 국민건강보험 본인부담경감제 정책에 대한 평가 / 김대환·이상우 2013.1
- 2013-2 새정부의 보험산업 정책(III): 제18대 대통령직인수위원회 제안 국정과제를 중심으로 / 이승준 2013.3
- 2013-3 FY2013 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2013.7
- 2013-4 유럽 복합금융그룹의 보험사업 매각 원인과 시사점 / 전용식·윤성훈 2013.7
- 2014-1 2014년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2014.6
- 2014-2 인구구조 변화가 보험계약규모에 미치는 영향 분석 / 김석영·김세중 2014.6
- 2014-3 『보험 혁신 및 건전화 방안』의 주요 내용과 시사점 / 이태열·조재린·황진태·송운아 2014.7
- 2014-4 아베노믹스 평가와 시사점 / 임준환·황인창·이혜은 2014.10
- 2015-1 연말정산 논란을 통해 본 소득세제 개선 방향 / 강성호·류건식·정원석 2015.2
- 2015-2 2015년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2015.6
- 2015-3 보험산업 경쟁력 제고 방안 및 이의 영향 / 김석영 2015.10
- 2016-1 금융규제 운영규정 제정 의미와 시사점 / 김석영 2016.1
- 2016-3 2016년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2016.7
- 2016-4 EU Solvency II 경과조치의 의미와 시사점 / 황인창·조재린 2016.7
- 2016-5 비급여 진료비 관련 최근 논의 동향과 시사점 / 정성희·이태열 2016.9
- 2017-1 보험부채 시가평가와 보험산업의 과제 / 김해식 2017.2
- 2017-2 2017년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2017.7
- 2017-3 1인 1 퇴직연금시대의 보험회사 IRP 전략 / 류건식·이태열 2017.7
- 2018-1 2018년 수입보험료 수정 전망 / 동향분석실 2018.7
- 2018-2 북한 보험산업의 이해와 대응 / 안철경·정인영 2018.7

■ Insurance Business Report

- 26호 퇴직연금 중심의 근로자 노후소득보장 과제 / 류건식·김동겸 2008.2
- 27호 보험부채의 리스크마진 측정 및 적용 사례 / 이경희 2008.6
- 28호 일본 금융상품판매법의 주요내용과 보험산업에 대한 영향 / 이기형 2008.6
- 29호 보험회사의 노인장기요양 사업 진출 방안 / 오영수 2008.6

- 30호 교차모집제도의 활용의향 분석 / 안철경·권오경 2008.7
 31호 퇴직연금 국제회계기준의 도입영향과 대응과제 / 류건식·김동겸 2008.7
 32호 보험회사의 헤지펀드 활용방안 / 진 익 2008.7
 33호 연금보험의 확대와 보험회사의 대응과제 / 이경희·서성민 2008.9

■ 간행물

- 보험동향 / 연 4회
 ○ 보험금융연구 / 연 4회

※ 2008년 이전 발간물은 보험연구원 홈페이지(<http://www.kiri.or.kr>)에서 확인하시기 바랍니다.

『 도서 회원 가입 안내 』

회원 및 제공자료

	법인회원	특별회원	개인회원
연회비	₩ 300,000원	₩ 150,000원	₩ 150,000원
제공자료	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · KIRI 포커스 모음집 · KIRI 이슈 모음집 · KOREA INSURANCE INDUSTRY
	- 영문연차보고서	-	-

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

가입문의

보험연구원 도서회원 담당

전화 : (02) 3775 - 9080 팩스 : (02) 3775 - 9102

회비납입방법

- 무통장입금 : 국민은행 (400401 - 01 - 125198)

예금주 : 보험연구원

가입절차

보험연구원 홈페이지(www.kiri.or.kr)에 접속 후 도서회원가입신청서를 작성·등록 후 회비입금을 하시면 확인 후 1년간 회원자격이 주어집니다.

자료구입처

서울 : 보험연구원 자료실 (02-3775-9115 / cbyun@kiri.or.kr)

저 자 약 력

백 영 화

서울대학교 법학 학사
사법연수원(31기) 수료
보험연구원 금융법센터 센터장
(E-mail : pyh@kiri.or.kr)

손 민 숙

부산대학교 법학전문대학원 석사
보험연구원 금융정책실 연구원
(E-mail : sms27@kiri.or.kr)

연구보고서 2018-17

보험 모집 행위의 의미 및 범위에 대한 검토

발행일 2018년 10월

발행인 한 기 정

발행처 **보 험 연 구 원**

서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 38

화재보험협회빌딩

대표전화 : (02) 3775-9000

조판및
인 쇄 고려씨엔피

ISBN 979-11-85691-94-7 94320

979-11-85691-50-3 (세트)

정가 10,000원