온라인 광고와 모집에 대한 소고

2020. 5. 27.

전문위원 오창영

* 본고는 김장법률사무소의 공식적인 입장이 아니며 개인적인 의견을 정리한 것입니다.

논의하고자 하는 이슈

광고인가?? 모집인가??

- 어디까지가 광고이고 어디부터가 모집인가??
- 불특정다수는 광고, 특정대상/상품설명은 모집??
- 모집에 관한 수수료, 보수, 그 밖의 대가 vs 광고비
- 대가 없는 고객 소개/보험상품 추천 vs 보험모집

광고인가?? 모집인가??

- portal 업체의 홈페이지에 배너를 게시하고 월정액 수수료 + 배너클릭 횟수에 따른 추가 수수료 지급

- 보험사가 작성한 광고물을 DB보유 업체 고객에게 e-mail, mms 등의 방법으로 전달하고, 동 광고물을 통해 유입된 보험계약 실적에 비례하여 수수료 지급

- portal/DB 업체가 자사 고객의 성향을 분석하여 가장 적합한 보험상품 광고를 노출, 광고를 통해 유입된 보험계약 실적에 비례하여 보험사가 수수료 지급

- IT업체가 고객동의를 받은 개인정보를 이용하여 공개자료(보험다모아 등)를 이용하여 보험료가 가장 저렴한 보험상품을 추천하고, 고객이 IT업체가 제공한 URL을 통해 보험계약을 체결하면 계약실적에 따라 수수료 지급

☞ 만약 법인보험대리점이 위의 활동을 한다면??

법률 속의 '광고'와 '모집'

법률속의 '광고'

- **표시·광고의 공정화에 관한 법률(제2조제2호)**
  - "광고"란 사업자등이 상품등에 관한 제1호 각 목의 어느 하나에 해당하는 사항을 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조제1호 및 제2호에 따른 신문・인터넷신문, 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 정기간행물, 「방송법」 제2조제1호에 따른 방송, 「전기통신기본법」 제2조제1호에 따른 전기통신, 그 밖에 대통령령으로 정하는 방법으로 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 것
    - 제1호 각목 : 사업자에 관한 사항, 상품 또는 용역의 내용, 거래조건, 그 거래에 관한 사항
    - 대통령령이 정하는 방법 : '전단・팸플릿・견본 또는 입장권, 인터넷 또는 PC통신, 포스터・간판・네온사인・애드벌룬 또는 전광판, 비디오물・음반・서적・간행물 ・영화 또는 연극, 자기 상품 외의 다른 상품' 등의 매체 또는 수단을 이용

법률속의 '광고'

- 식품 등의 표시・광고에 관한 법률 (제2조제10호)
  - 라디오・텔레비전・신문・잡지・인터넷・인쇄물・간판 또는 그 밖의 매체를 통하여 음성・음향・영상 등의 방법으로 식품등에 관한 정보를 나타내거나 알리는 행위
- 방송법(제2조제21호)/방송광고판매대행 등에 관한 법률(제2조제1호)
  - "방송광고"라 함은 광고를 목적으로 하는 방송내용물을 말함
    - "광고"에 대한 별도 정의는 없음

법률속의 '광고'

- **금융소비자 보호에 관한 법률(제22조)**
  - 금융상품판매업자등이 아닌 자 및 .... 금융상품판매업자등은 금융상품판매업자등의 업무에 관한 광고 또는 금융상품에 관한 광고를 해서는 아니됨
  - 금융상품판매업자등이 금융상품등에 관한 광고를 하는 경우에는 금융소비자가 금융상품의 내용을 오해하지 아니하도록 명확하고 공정하게 전달하여야 함
  - 금융상품등에 관한 광고에는 다음 각 호의 내용이 포함되어야 함
    - 금융상품 설명서 및 약관을 읽어 볼 것을 권유하는 내용
    - 금융상품판매업자등의 명칭, 금융상품의 내용
    - 기 체결 계약을 해지하고 신계약을 체결하는 경우, 계약체결 거부 또는 보험료 등 비용이 인상되거나 보장내용이 변경될 수 있다는 사항
    - 그 밖에 금융소비자 보호를 위하여 대통령령으로 정하는 내용
      - "광고"에 대한 별도 정의는 없음

법률속의 '광고'

- **생명보험협회 광고·선전에 관한 규정(제2조)**
  - "광고"라 함은 회사가 다음 매체 또는 수단을 이용한 정보제공행위 및 홍보행위
    - 「신문 등의 진흥에 관한 법률」제2조제1호에 의한 신문 및 제2호에 의한 인터넷신문
    - 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」제2조제1호에 의한 정기간행물
    - 「방송법」제2조제1호에 의한 방송
    - 인터넷, 전자우편 등 온라인미디어 매체
    - 포스터, 간판, 현수막, 벽면 부착물, 애드벌룬, 전광판 등 옥내·외 게시물
    - 전단, 팜플렛, 우편통신문, 전화번호부 등 인쇄물, 그 밖에 위와 유사한 매체 또는 수단
  - 판매광고와 이미지광고
    - 판매광고 : 상품광고(보험상품에 관한 정보를 제공·홍보하는 광고)과 판매방송(홈쇼핑회사를 통해 보험상품에 관한 정보를 제공하여 보험상품을 판매하는 방송)
    - 이미지광고 : 회사에 관한 기본정보 또는 이미지를 표현하는 등 단순히 회사의 지명도를 높일 목적으로 실시하거나, 상품명 및 브랜드명만을 노출하는 광고

법률속의 '광고'

- **손해보험협회 광고·선전에 관한 규정(제2조)**
  - "광고"라 함은 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제2조 제1호 및 제2호의 정의에 따른 "표시" 및 "광고"를 말함
    - '표시'란 사업자가 상품의 품질, 재질, 원산지 등에 관해 직접적이고 객관적인 사실을 전달하는 것을 의미
  - 판매광고와 이미지광고(생보협회 규정과 동일)
    - 판매광고 : 상품광고(보험상품에 관한 정보를 제공·홍보하는 광고)과 판매방송(홈쇼핑회사를 통해 보험상품에 관한 정보를 제공하여 보험상품을 판매하는 방송)
    - 이미지광고 : 회사에 관한 기본정보 또는 이미지를 표현하는 등 단순히 회사의 지명도를 높일 목적으로 실시하거나, 상품명 및 브랜드명만을 노출하는 광고

법률속의 '모집'

- **여신전문금융업법(제14조의2)**
  - 신용카드업자를 위하여 신용카드 발급계약의 체결을 중개하는 것
    - 모집업무의 구체적 내용은 여전법시행령 제6조의 8에서 아래와 같이 규정
      - 신용카드에 대한 약관과 연회비 등 신용카드의 거래조건 및 연회비 반환사유 설명
      - 신청인 본인 확인
      - 신용카드 발급 신청서 등의 서류 작성
    - 업계 및 감독당국 해석에 따르면 신용카드 발급에 대한 설명·상담 및 서류 접수·전달 등의 업무는 신용카드 모집업무, 신용카드에 대한 단순한 소개나 안내는 모집이 아님

법률속의 '모집'

- 대출모집인 제도 모범규준
  - '대출모집업무'란 대출 신청 상담, 신청서 접수 및 전달 등 금융회사가 위탁한 업무
  - 대출상품을 단순히 설명하고 대출의사가 있는 고객을 대출모집인 또는 금융회사 여신담당자에게 소개하는 것은 모집이 아닌 것으로 간주
    - '보험설계사, 부동산중개업자, 자동차 딜러 등이 단순소개 업무만 수행하는 경우'를 모범규준의 적용배제 대상으로 명시

법률속의 '모집'

- **보험업법(제2조제12호)**
  - 보험계약의 체결을 중개하거나 대리하는 것
    - 보험계약 체결의 중개
      - 보험설계사나 보험중개사가 보험계약자와 보험회사간 보험계약의 성립, 즉 보험계약의 체결이 되도록 하는 일련의 모든 행위를 의미
    - 보험계약 체결의 대리
      - 보험대리점이 보험회사를 대리하여 보험계약 체결행위의 법률 효과를 보험회사에 귀속시키는 법률 행위를 의미

☞ 잠재고객의 발굴을 위한 마케팅 활동부터 고객을 만나서 보험계약 청약과 보험계약이 성립될 때까지의 보험설계사, 보험대리점 등이 수행하는 모든 활동 중 어떤 행위가 모집인지 아닌지 명확하게 구분하는 것은 불가능

법원과 감독당국이 생각하는 '모집'

판례상의 '모집'

- '중개'행위에 대한 법원의 해석(대법원98도 1914, 99.7.23)
  - 어떠한 행위가 중개에 해당하는지는 거래당사자의 보호에 목적을 둔 법규정의 취지에 비추어 중개업자의 행위를 객관적으로 보아, 사회통념상 거래의 알선, 중개를 위한 행위라고 인정되는지 여부에 의하여 결정하여야 한다고 판단

    * 부동산중개업에서의 중개행위에 대한 판례

- '보험모집'에 대한 법원의 해석(서울행정법원 2013구합62367)
  - 보험 모집은 ① 보험계약 체결의 권유 등 '보험계약의 유인 행위'와 ② '보험 상품의 판매를 전제로 하는 보험계약 내용 설명 행위' 등이 포함
    - 보험계약체결의 권유란 보험계약의 체결을 목적으로 고객에게 보험 상품에 대한 정보를 제공하거나 보험 가입을 촉구하는 행위
    - 보험계약 내용의 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 포함

판례상의 '모집'

- 보험상품 설명을 하지 않았다고 보험모집이 아니라는 판단을 한다면, 고지 및 설명의무를 위반한 모집이 모두 모집행위에서 제외되는 불합리한 결과를 초래
- 모집의 본질은 보험계약자의 유치를 전제로 하는 것이고, 보험계약자가 모집과정에서 상당한 권한과 책임을 갖는 것으로 오인할 수 있는 행위를 하였다면 단순한 보조행위가 아닌 보험모집 행위로 평가함이 타당
- 인터넷 홈페이지의 보험상품 배너광고의 경우, 잠재적인 일반고객을 대상으로 보험상품의 판매를 촉진하기 위한 홍보행위에 불과하며, 이러한 일반적이고 추상적인 행위 자체는 모집행위에 해당한다고 보기 어려움

감독당국의 법령 해석 사례

- **모집은 보험계약이 체결될 수 있도록 하는 모든 행위**

  - 질의사항
    - 보험모집의 범위는 어디까지입니까?

  - 감독당국 회신
    - 보험업법 제2조에는 "모집"을 "보험계약의 체결을 중개 또는 대리하는 것"으로 정의하고 있을 뿐, 보다 구체적인 범위 등을 지정하고 있지는 않음
    - 보험모집의 중요성 및 보험계약자를 보호할 목적으로 "모집" 종사자 및 행위에 대하여 규제하는 보험업법의 취지를 감안할 때, "보험계약 체결의 중개"는 "보험회사와 보험계약자간에 보험계약이 체결될 수 있도록 하는 모든 행위"라고 해석하는 것이 타당할 것으로 판단

감독당국의 유권해석/비조치의견서상의 '모집 '

- **청약권유 전화를 받도록 권유하는 행위도 보험모집에 해당**

  - 질의사항
    - 보험계약자가 지인에게 보험회사의 보험 청약 권유 전화 수신동의 및 연락처를 남기도록 권유하는 행위에 대하여 보험회사가 보험계약자에게 감사의 의미로 일회성으로 소정의 경제적 혜택 (3 만원 이하) 를 제공하는 것이 보험업법에 위배되는지 여부

  - 감독당국 회신
    - 보험 청약 권유 전화 수신동의 및 연락처를 남기도록 권유하여 보험계약 체결이 이루어진 경우에 금품을 지급하는 것은 보험업법 제 83 조 또는 제 99 조 위반에 해당할 가능성이 있어 업무에 신중할 필요가 있음

감독당국의 유권해석/비조치의견서상의 '모집 '

- **지인에게 보험회사를 소개하거나 보험상품을 추천하고 수수료를 받는 것은 보험모집에 해당**
  - 질의사항
    - 기존 보험계약자, SNS 이용자 등이 지인을 보험회사에 소개하거나 보험상품을 추천하고, 보험계약이 체결된 경우 수수료를 지급하는 것이 보험업법 제99조제1항 위반인지
  - 감독당국 회신
    - 보험 모집행위는 잠재적인 보험계약자로 하여금 보험계약이 체결되도록 하는 일련의 보험상품 판매활동으로 잠재적 보험계약자를 소개하거나 그에게 보험상품을 소개하는 행위를 포함
    - 소개에 대해 보험계약체결건에 대해 수수료를 지급하는 것은 모집에 대한 대가를 지급하는 것으로 볼 수 있음

감독당국의 법령 해석 사례

- **광고를 통해 고객 정보를 수령하는 경우라면 판매실적에 비례하여 광보비를 집행하는 것은 가능**
  - 질의사항
    - 마케팅 제휴 계약 체결에 의거 제휴사 객장에서 홍보를 통하여 유입된 마케팅동의서를 아웃바운드 TM 영업에 활용하고 , 이에 대한 광고홍보비를 계약체결 실적에 비례하여 광고비를 집행 할 경우 ' 모집 ' 에 해당되는지 여부
  - 감독당국 회신
    - 단순한 광고를 통해 고객 정보를 수령하고 , 보험 회사가 이를 바탕으로 TM 영업을 하여 모집 실적에 비례하여 광고비를 집행하는 것은 원칙적으로 가능
    - 다만 , 제휴사의 사업장에서 보험상품 등을 홍보 하면서 마케팅 동의서를 수집하는 경우 보험가입 내지 상담을 유도하거나 , 보험 소비자로 하여금 해당 제휴사 에서 보험을 직접 판매하는 것으로 오인될 수 있는 등 모집행위에 해당하는 일련의 행위가 발생할 수 있음

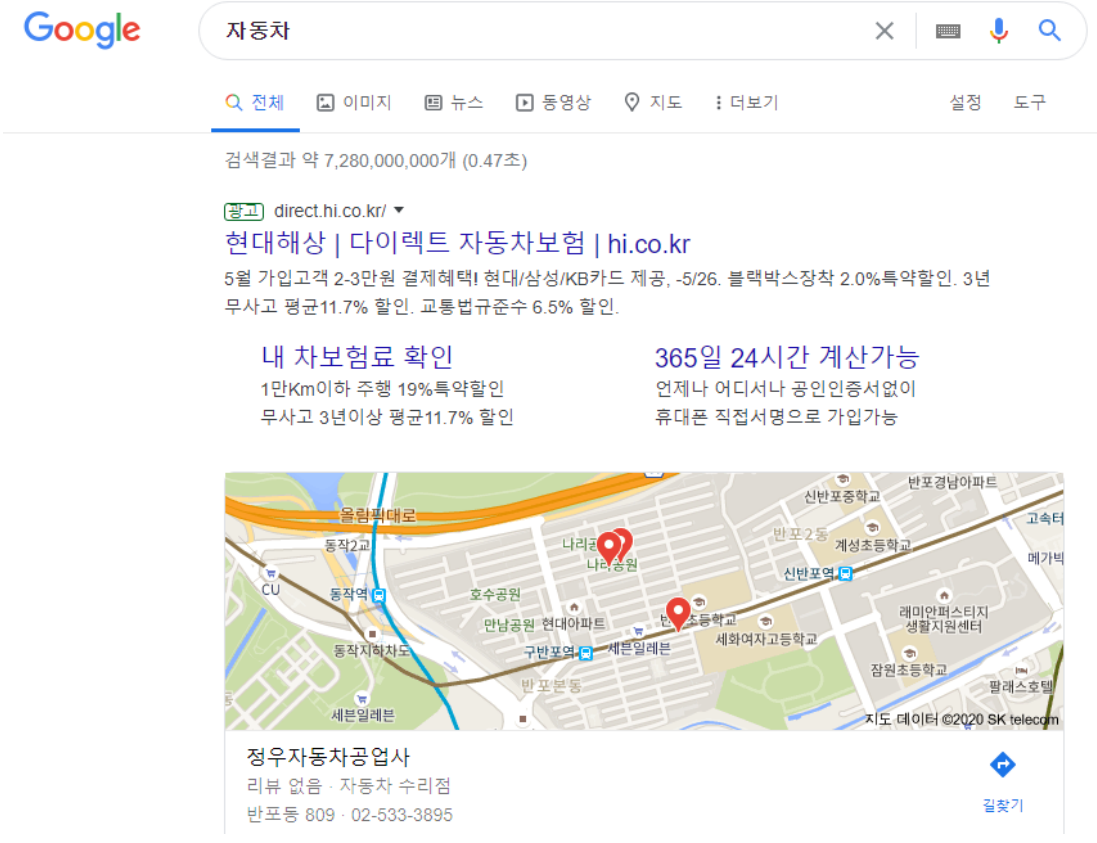
온라인 광고의 유형

전통적인 온라인 광고

- **홈페이지상의 배너광고**
  - **보험회사, 보험대리점 등이 보험상품 배너광고를 게시, 배너클릭시 보험가입을 위한 페이지로 이동하는 방식**
  - **광고비는 클릭회수/계약체결실적 비례 지급(고정 광고비 + 비례 광고비 형식도 가능)**

전통적인 온라인 광고

- **키워드 검색 광고**
  - **포탈 검색시 사용자의 키워드와 관련된 광고를 노출**
  - **광고비는 광고의 노출 순서나 위치에 비례하여 수수하며, 판매실적에 연동하여 광고비를 수취하는 것도 가능**

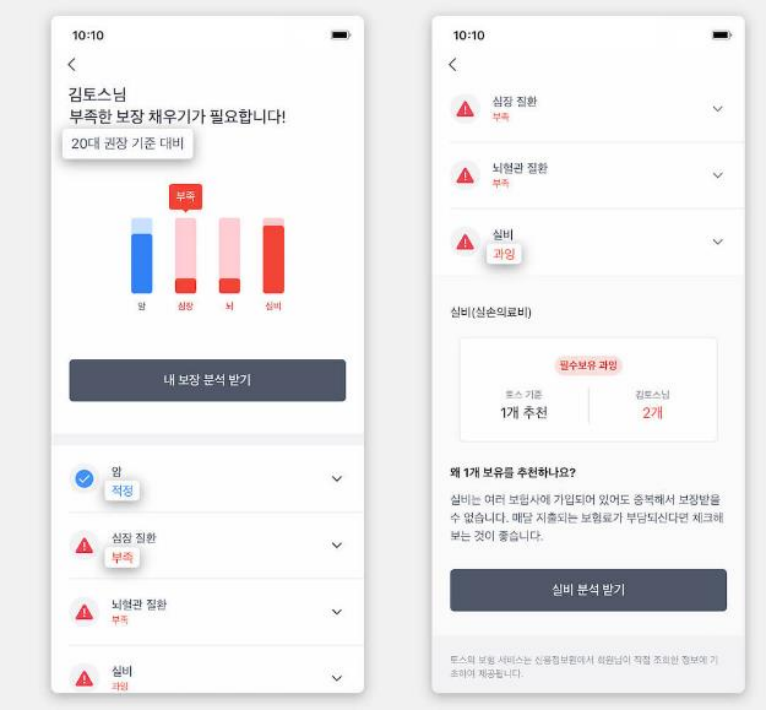


스마트 광고(개인화 광고)

- **스마트 미디어의 활용이 급증하면서 서비스에 자연스럽게 녹아든 형태로 제공되는 광고를 지칭**
  - 트위터, 페이스북 등의 SNS 서비스에서 기사나 컨텐츠, 칼럼 형태로 자연스럽게 광고 메시지를 노출하는 방식의 광고가 대표적임
  - 이용자의 과거 사용 내역 등의 빅데이터를 분석하여 이용자가 검색하기 전에 미리 원하는 내용을 예측, 알려주는 예측광고도 점차 확대되고 있음
    - 이용자 시간대별 활동내역, 위치정보를 활용하여 이용자에게 가장 적합한 서비스나 물품 광고를 노출하는 형태 : 공항 인근지역 진입시 해외여행보험 상품 광고를 노출
  - 모바일 기기에서의 활용도가 가장 높으나 웨어러블 기기와의 연동도 활발해질 것으로 예상하고 있음

서비스 연계 소개/추천 광고

- 직접 보유하거나 동의를 받은 고객정보를 활용하여 고객의 생활패턴, 성향 등을 분석하고, 기가입 보험상품의 보장을 분석후 추가로 필요한 보험상품을 소개/추천하는 형식의 광고
  - 고객이 온라인 방식으로 직접 보험회사와 보험계약을 체결하거나 보험회사 등에 고객의 연락처를 제공하여 대면/비대면으로 보험계약을 체결
  - 보험상품에 대한 세부 설명이나 청약서 작성 등은 온라인 또는 모집자격을 갖춘 자에 의해 별도로 진행되므로 보험상품의 소개/추천은 '광고' 형식을 갖춤



온라인 자동차보험 비교견적 서비스

- **온라인자보 광고방식 기준 명확화 시급(보험신보 19.10.28)**
  - 인터넷 홈페이지와 오프라인 매장에서 온라인보험 광고를 하고 이에 대한 광고비를 계약체결건당으로 지급할 수 있게 되면서 유사 보험영업이 활개
  - 인슈어테크 스타트업과 법인보험대리점들은 손해보험사의 온라인자동차보험 상품광고를 통한 수익창출에 적극 나서고 있음
  - 자체적으로 자보료 비교견적 시스템을 마련한 뒤 손보사의 온라인자보 광고를 경유해 해당 보험사 홈페이지로 이동, 가입을 하도록 하는 방식
  - 온라인자보 광고 업체의 인터넷홈페이지 URL(접속주소)를 소비자에게 전달, 소비자가 홈페이지에 접속하고 배너광고 등을 통해 온라인자보 홈페이지로 이동한 뒤 보험에 가입하면 가입금액의 6~8%를 광고비로 지급
  - 사실상 보험영업인 만큼 보험업법을 위반하는 것(보험업계)
  - 금융당국의 유권해석도 적극적으로 가입을 유도하지 않으면 문제가 없다는 내용이기 때문에 법을 위반한 것도 아님(스타트업등)

온라인 광고에 대한 제도 보완 필요사항

단순 소개/추천에 대한 보험모집 규제 배제 필요

- **소개/추천과 별개로 보험모집 절차가 진행되는 경우, 보험 모집 규제의 적용을 배제**
  - **신용카드모집, 대출모집에 대한 행위규제시에도 단순 소개/추천을 모집으로 규제하지 않음**
  - **보험상품에 대한 구체적인 설명 없이 보험가입 상담을 위한 고객정보만을 전달하는 단순 소개행위에 대해 '보험모집 규제'를 적용할 필요성은 높지 않음**
    - **보험회사나 모집조직이 법규상 보험모집절차에 따라 설명의무 이행 등의 절차를 거쳐 보험계약을 체결하므로 소비자 보호에는 문제가 없음**
  - **일본에서도 잠재고객의 정보를 보험회사 등에 제공하는 것은 모집행위가 아닌 모집관련 행위로 별도 규제를 하고 있음(모집관련 행위자에 대한 규제는 없음)**

☞ **단순 소개/추천에 대한 모집규제 배제를 위해서는 법규정 개정이 필요**

광고와 모집에 대한 명확한 구분 기준 마련 필요

- **광고에 대한 명확한 정의규정을 마련하여 스마트 광고 등 새로운 광고기법의 활용 가능성을 제고할 필요**
  - 스마트 광고 등 스타트업 기업이 자체 제작 컨텐츠를 이용하여 특정 보험회사나 보험상품을 추천하는 것은 '모집'으로 판단될 가능성 배제 곤란
- **스마트 광고, 비교추천 광고 등에 대한 규제 검토 필요**
  - 현행 광고규제는 보험회사나 모집조직이 제작, 배포하는 전통적인 온라인 광고에 대해서만 세부기준이 마련되어 있음
  - 보험료비교공시 관련 규제를 통해 비교추천 광고에 대한 간접적인 규제가 이루어지고는 있으나 모집종사자가 아닌 자에 의한 광고를 어떻게 규제할 것인지는 별도 검토가 필요

보험상품 유형별 광고/모집규제 세분화 필요

- **보험료 수준, 보험상품의 유형과 무관하게 광고/모집규제가 획일적으로 적용되고 있으나 단순보험상품이나 보험료가 매우 낮은 보험계약에 대해서는 규제완화가 필요**
  - 30년만기 저축성 보험과 5일만기 여행자보험은 불완전판매로 인한 보험계약자의 피해 가능성이 현저하게 차이가 있음에도 동일한 규제가 적용됨
  - 특히 여행자보험은 만기도 짧고 보험료 수준도 낮아 보험계약체결의 편의성을 최대한 제고할 수 있도록 광고/모집규제를 완화하는 것이 바람직할 수 있음
    - 혁신금융서비스로 지정, N손보에서 온오프 여행보험을 출시하였으나, 이는 재가입절차를 완화한 것임
- **보장내용이 단순한 보험상품에 대해서는 온라인/모바일 보험상품 가입시 절차를 간소화할 수 있는 규제완화도 필요**

Cf) 보험상품의 종류나 보험료 수준에 따라 보험계약자의 확인서명 횟수를 차별적으로 적용하는 등 보험소비자의 불편을 완화하는 방안 필요

감사합니다

KIM & CHANG

서울특별시 종로구 사직로8길 39 (우) 03170

Tel: 02) 3703-1114 Fax: 02) 737-9091 / 9092 E-mail: lawkim@kimchang.com www.kimchang.com