

생명보험시장에서의 도덕의 변용*

- 한·미·일의 비교 -

이윤호**
inslab@daegu.ac.kr

<目次>

- | | |
|-----------------------|-------------------|
| 1. 서론 | 3.2 일본의 생명보험전매 시도 |
| 2. 생명보험전매의 출현과 전개(미국) | 3.3 한국의 생명보험전매 논의 |
| 3. 한국과 일본에서의 전개 | 4. 결론 |
| 3.1 생전급부형보험의 등장 | |

主題語: 말기환금(viatical settlement), 생명보험전매(life settlement), 2차 시장(secondary market), 투자선행형 전매(STOLI), 생전급부형 생명보험(life insurance accelerated death benefits)

1. 서론

현대사회에서 죽음에 대비하여 생명보험을 구매하거나, 사망사고 후에 유족이 손해배상금을 요구하는 행위에 의문을 품는 사람은 없을 것이다. 이런 의미에서 현대사회는 죽음과 돈이 밀접하게 뒤엉켜 있는 사회라 할 수 있다. 그 밀접한 관계는 두 가지 측면에서 찾을 수 있는데, 하나는 죽음이 장례비용을 발생시킨다는 점이고, 다른 하나는 생산능력을 상실시킨다는 점이다. 특히 생산능력의 상실은 다른 사람의 생존까지 위협할 수 있다는 점에서 중대한 문제이다. 무인도에서 고립된 생활을 하는 중에 로빈슨 크루소가 죽었다면 그 죽음은 단순히 한 개체의 물리적 소멸에 지나지 않겠지만, 아내와 자녀가 생기고 가족이 형성되면 이야기는 달라진다. 가족을 부양해야 하는 로빈슨 크루소의 죽음은 남겨진 가족들의 생활문제를 초래하기 때문이다. 물론 전근대사회에서는 공동체 구성원의 죽음과 유족의 생활문제는 공동체 규범 안에서 처리되었기 때문에 개인의 죽음이 개별 가족의 경제생활에 큰 영향을 주는 것은 아니었다.

그러나 산업혁명을 계기로 공업화·도시화가 진전되면서 공동체의 보장시스템이 해체되고,

* 이 논문은 2018학년도 대구대학교 학술연구비에 의해 지원되었음

** 대구대학교 금융보험학과 교수

오로지 가장의 노동력만으로 가족을 부양해야 하는 핵가족에게 가장의 죽음은 치명적이었다. 근대적 생명보험은 이렇게 등장한 핵가족이 직면하게 되는 사망위험을 수요기반으로 태동하였다. 그러나 죽음이라는 현상을 화폐가치로 환산하고 목숨에 가격을 붙여 거래하는 생명보험은 쉽게 수용할 수 있는 것이 아니었다. 동서양을 막론하고 어떤 사회든 생명보험이 정착하기까지는 도덕적·철학적 측면에서 항상 심각한 논쟁이 있었고, 사랑하는 사람의 죽음에 베풀어는 투기이며 죽음을 조장하는 것이라는 반감과 혐오에 시달려야 했다.

생명보험업계는 이러한 비판과 반발에 대하여 다양한 레토릭(rhetoric)과 논리로 홍보하고 제도화의 과정을 거쳐 도덕적 합법성을 확립하였다. 그들은 생명보험을 “좋은 삶과 죽음(good life and death)”이라는 개념과 일치시켰고, 생명보험을 구매하는 것을 사랑하는 가족들에 대한 가장의 숭고한 책임으로 규정하였다. 생명보험이 도박과 투기 그리고 죽음을 조장한다는 비난에 대한 도덕적 방어수단으로 영국과 미국에서는 피보험이익 개념¹⁾을 확립하였고, 한국과 일본의 경우 동의주의²⁾ 등의 법과 제도를 확립하였다. 물론 보험금을 편취하기 위한 살인 등의 도덕적 위험이 완전히 사라진 것은 아니지만, 이제 대부분의 사람들은 죽음의 대가로 보험금이 지급되는 생명보험 그 자체를 혐오스럽게 생각하지는 않는다.³⁾

그런데 최근에 생명보험에 대한 기존의 도덕적 패러다임에 도전하는 새로운 거래형태, 이른바 생명보험전매(life settlement)가 등장하였다. 1990년대 미국에서 그 모습을 드러낸 이래 꾸준한 성장과 다양한 형태로 발전하고 있으며, 한국과 일본처럼 법적으로 허용하지 않는 나라에서도 이 새로운 거래형태의 도덕적 양면성을 둘러싼 논쟁을 거듭하고 있다. 생명보험전매는 생명보험 계약자가 생면부지의 제3자에게 자신의 생명보험계약⁴⁾을 매각하는 거래를

1) 피보험이익(insurable interest)이란, 보험으로 보호되는 경제적 이해관계를 의미한다. 손해보험계약에서는 피보험이익의 존재가 보험계약의 성립조건이다. 즉 사고로 경제적 손실이 발생할 보험목적물이 존재해야 하고 그 손실 범위 내에서 보험금을 지급할 것을 약속하는 것이 손해보험계약이다. 이는 보험을 통해서 이익을 얻는 것을 금하는 것으로 도덕적 위험(moral risk)을 방지하기 위함이다. 생명보험 계약의 피보험이익에 관해서는 다양한 법적 해석이 있지만, 피보험자(보험대상자)의 사망으로 인한 소득의 상실, 장례비용의 지출 또는 그에 따른 손해배상책임의 부담 등을 피보험이익의 개념으로 규정하면, 보험수익자(아래 각주 4) 참조)는 피보험자가 사망하는 때보다 생존하는 때에 더 많은 경제적 이익을 취할 수 있어야 한다는 것이 피보험이익 제도의 취지이다.[이정원(2015)참조]

2) 한국은 생명의 손실을 금전적 가치를 평가하는 것은 불가능하다는 입장에서 타인의 생명보험(타인의 사망을 보험사고로 하는 계약)에 대하여는 피보험자의 서면에 의한 동의를 계약효력의 전제조건으로 하는 동의주의(상법 731조)를 채택하고 있는데, 이는 도박보험계약의 방지에는 어느 정도 효과가 있지만 피보험자의 살해위험 등 도덕적 위험을 방지하는 데는 효과적이지 못한 점이 있고 이에 대해서는 상법732조(15세 미만자 등에 대한 사망보험 금지), 상법 735조의 3(단체보험에서 피보험자의 동의) 등으로 보완하고 있다.

3) 물론 여전히 이슬람의 어떤 종파에서는 생명보험을 금지하고 있다.

4) 생명보험의 계약당사자는, 일방의 당사자로서 보험회사(보험자, insurer) 그리고 타방의 당사자로서 피보험자(보험대상자)와 보험계약자(자신의 이름으로 보험계약을 체결하고 보험료를 납입), 보험수익자(보험금을 수령하는 자)로 구성된다. 이때 피보험자, 보험계약자 그리고 보험수익자는 동일인 일 수 도

가리킨다. 이 거래가 성사되면 투자자는 피보험자가 빨리 사망할수록 더 많은 이익을 얻게 된다. 이는 생명보험의 정당성을 보장해 온 두 가지 원칙을 복잡하게 만든다. 그 하나는 생명보험전매가 남겨진 가족을 위한 고귀한 희생과 사랑이라는 생명보험의 기본원칙과 긴장관계에 있다는 점이다. 유족들의 안정적인 경제생활이 무엇보다 중요하다는 생각은 생명보험의 중요성과 필요성을 설명하는 핵심개념이었기 때문이다. 다음으로 생명보험전매는 역사적으로 확립된 피보험이익 정신을 훼손한다. 생명보험이 초창기 도박과 투기, 그리고 살인 동기를 조장한다는 비난에 대한 도덕적 방어수단이 피보험이익 개념이었다. 따라서 유족에게 지급되는 금전을 피보험자와 낯선 사람이 나누어 가지는 생명보험 전매시장은, 유족이 경제적으로 안전해야 하며 보험수익자의 최우선 관심사가 피보험자의 장수라는 생명보험의 도덕적 논리에 대한 중대한 도전이며, 한때는 도덕적 기반을 훼손하는 것이라고 비난했던 영역으로 생명보험시장을 확장한 것이기 때문이다.

왜 이런 일이 벌어지고 있는 것일까? 이러한 변화가 일어나게 된 배경이 무엇이며, 이것이 앞으로 우리 삶에 어떤 영향을 미칠 것인가? 그리고 전매시장에 대하여 어떠한 평가가 내려지고, 그 평가는 시간의 흐름에 따라 어떻게 변화하였는가? 이 연구에서는 한국과 일본, 미국에서의 전매거래에 대한 논의와 반응의 비교·검토를 통하여 죽음의 상품화가 어떻게 제도화되는지, 그리고 시장에서 변화하는 도덕의 지평을 고찰한다.

다음 장에서는 생명보험전매업의 등장과 전개과정, 그리고 이에 대한 미국 사회의 도덕적 평가와 변화과정을 서술하고 3장에서는 한국과 일본에서의 생전급부형 보험의 등장과 생명보험전매제도의 도입을 둘러싼 여러 논의와 이에 대한 평가를 논의한다. 마지막 장에서는 생명보험시장에서 도덕이란 무엇인가 하는 관점에서 논의를 정리하고 향후 과제를 제시한다.

2. 생명보험전매의 출현과 전개(미국)

1988년 미국 텍시코주에 주소를 둔 Living Benefit라는 회사가 종래의 생명보험에서는 찾아볼 수 없는 새로운 형태의 생명보험 비즈니스를 선보여 세간의 시선을 끌었다. 생명보험증권을 어음이나 채권처럼 증권 가액보다 할인된 가격에 매수하여 차익을 남기는 팩터링(factoring) 사업과 비슷한 형태의 비즈니스였다.⁵⁾

있고 각각 다른 사람일 수도 있다.

- 5) 최초의 생명보험증권 전매사례는 1911년 수술환자로부터 생명보험증권을 매입하고 환자가 사망한 후 사망보험금을 수령한 의사와의 거래이다. 이에 대하여 보험회사는 소송을 제기하였고, 미연방대법원은

구체적으로는 생명보험증권매수자가 의사로부터 2년 미만의 시한부 선고를 받은 말기환자(Terminally ill)의 생명보험증권을 사망보험금의 60~85%의 가격으로 매수한 후 환자가 사망할 때까지 보험료를 대납하고, 그 환자가 사망하면 사망보험금 전액을 받아가는 구조이다. 생명보험증권의 매수가격에 대납보험료를 합한 금액과 환자 사망 후 지급되는 보험금액과의 차액이 매수업자의 이익이므로 피보험자가 빨리 사망할수록 투자자의 수익은 증가한다.

이러한 거래를 말기환금(viatical settlement)이라 하는데⁶⁾, 이에 대하여 많은 언론매체에서 비판적인 기사를 실었다. 가령, “노다지”(Eisenberg 1999), “죽음에 거는 베팅”(Keating 1999), “죽음과 재산 : 에이즈 환자의 보험증권 매수에 윤리적 문제를 제기함”(Housewright 1994)이라는 자극적인 헤드라인으로 죽음을 계기로 경제적 이익을 착취하고, 신성한 생명을 상품화하는 시도를 비판하였다. 예상보다 피보험자가 빨리 사망하여 놀랍도록 막대한 수익을 올린 투자자의 이야기나 기대여명보다 오래 살게 된 피보험자의 보험증권을 중개하였다는 이유로 투자자가 중개인을 고소하였다는 사례를⁷⁾ 소개하고 말기환금의 도덕적 문제를 지적하기도 하였다. 마이클 샌델(Michael Sandel)⁸⁾은 말기환금은 죽음을 놓고 벌이는 도박이며, 생명에 대한 도덕적 불감증을 불러올 것이라고 경고하였다.

말기환금이 잔혹한 일면이 있다는 이런 주장에 대하여 말기환금 비즈니스 종사자들은⁹⁾ 생의 마지막 몇 개월 혹은 몇 년을 인간답게 살아가도록 지원하는 것이 왜 부도덕한지를 반문하고, 말기환금은 삶에 관한 것이지, 죽음에 관한 것이 아니라고 단언한다. 중증질환자들이 생의 마지막 순간을 품격 있게 정리하기 위해서 가장 절실한 것이 돈이고 그 필요를 충족시켜주는 것이

피보험이익은 최초로 구매된 증권에만 적용될 수 있다고 전제한 뒤, 생명보험증권에 재산적 성격을 부여 하는 것이 바람직하다는 판결을 내렸다.(1999, Linn). 이 판결은 이후 다른 일반 증권과 같이 생명보험계약이 거래될 수 있는 법적 근거가 되었음.

- 6) 생명보험계약을 제3자에게 되파는 거래를 생명보험전매(life settlement, 정산거래라고도 함)라고 하고, 보험증권이 발행되는 보험시장을 보험계약의 1차 시장(primary market)이라 본다면, 전매시장은 이러한 보험증권의 유통시장인 2차 시장(secondary market)이라 할 수 있다.
- 7) 에이즈를 가진 35세의 Kendall Morrison은 “1993년 나의 생명보험증권을 매수한 이름 모를 미시간 투자자는 분명히 내가 하루빨리 죽기를 고대할 것입니다. 올해 초에 그 투자자는 보험증권을 판매한 중개인을 사기 및 계약 위반으로 고소하겠다고 위협했습니다. 그는 5년이 지난 후에도 Morrison이 여전히 살아 있다는 사실을 화를 냈습니다. (New York Times Magazine 1998)
- 8) Michael J. Sandel(2012), What money can't buy[돈을 살 수 없는 것들-무엇이 가치를 결정하는가(안기순 옮김)]
- 9) 직접 생명보험증권을 매수하거나 자산운용업자를 통해 직·간접적으로 투자하는 투자자, 보험계약자와 투자자에게 자문서비스를 제공하는 보험 에이전트(agent), 보험계약자와 투자자를 연결해주는 전매 중개인(broker), 전매업자로부터 매수한 다량의 생명보험증권을 기초자산으로 하는 사망채권(death bond, life settlement backed security)을 발행하고 판매하는 헤지펀드, 계약자의 건강상태에 따라 기대여명을 추정하고 전매가격을 산정하는 계약정보회사(life expectancy providers) 등 다양한 이해관계자들이 참여하여 시장을 형성하였다.

말기환금이라는 이야기다. 그들은 말기환금을 존엄한 죽음개념과 일치시키고¹⁰⁾, 생명보험이 오랫동안 확립해온 도덕적 죽음, 즉 피보험자의 희생으로 유족(보험수익자)의 금전적 필요를 충족시키는 것이 좋은 죽음이라는 도덕적 논리에 대항하는 논리로 존엄한 죽음을 내세웠다.

이와 같은 도덕적 논리가 통용되고 말기환금이 초기에 성공할 수 있었던 것은 에이즈의 유행에서 찾을 수 있는데, 에이즈가 주로 부양가족이 없는 젊은 층에서 발생하였기 때문이다.¹¹⁾ 에이즈 감염자의 경우 증세가 나타나기 시작하여 사망에 이르기까지 적지 않은 치료비용이 소요되어 파산하는 경우가 빈번하였다고 할 정도로 금전이 절실했다. 그러나 그들이 보유하는 생명보험증권은 가입 기간이 짧아 해약가치(cash surrender value)가 보험금의 3~5%에 불과하여¹²⁾ 전혀 도움이 되지 않았으므로 말기환금은 그들에게 구세주였을 것이다. 더군다나 부양가족의 부재로 자신의 존엄한 죽음과 유족의 경제적 안정 사이에서 발생하는 갈등을 겪을 필요도 없었다.

그러나 이 새로운 시장은 의료기술의 발달로 에이즈가 관리 가능한 질환이 되면서 투자자들이 손해를 보는 상황이 발생함에 따라 거래 규모가 감소하게 된다. 투자자들은 에이즈가 아닌 다른 종류의 시한부 중증질환자의 생명보험증권 매수시장으로 확장을 시도하였으나 의료기술의 발달은 이러한 질환들의 사망률 추정을 어렵게 하여 시장의 위축을 피할 수 없게 되었다. 이런 상황에서 1999년 Conventry First LLC라는 전매업자가 말기환금(viatical settlement)이 아닌 기대여명 12년 미만 노년층(65세 이상)의 생명보험증권을 매수하면서 전환을 맞이하게 된다.¹³⁾ 이들은 고령자 계층을 대상으로 전매(senior settlement)를 전제로 생명보험에 가입시킨 후 전매하는, 이른바 투자선행형 전매(stranger-originated life insurance ; STOLI) 시장으로 확장하였다.¹⁴⁾¹⁵⁾ 즉, 전매시장이 절망적인 사람들이 보유하는 소액 생명보험증권을

10) Colden(1995)에 의하면, 말기환금(viatical)의 어원은 여행(voyage)을 뜻하는 라틴어로 여행을 떠나는 로마관리에게 지급되었던 돈과 양식을 의미한다.

11) 질병통제센터(CDC)에 의하면 에이즈 관련 사망의 70%가 25-44세 사이의 사람들이며, 1992년부터 1995년까지 동 연령대의 주요 사망원인이었다.

12) 이화택 김지원(2017)에 따르면 일부 고위험생명보험의 해약환급금은 거의 없거나 아주 낮음.

13) 이 외에도 부유층이 보유한 고액 생명보험증권(high-net-worth policies)을 대상으로 하는 전매거래도 등장하였는데, 주로 부동산 관리수단으로 가입한 생명보험이나 기업에서 임원을 위해 가입한 키맨보험(Key man insurance)이 주요대상이었다.

14) 특히 이러한 STOLI의 경우 계약자에게 일정 보상을 제공하고 보험료는 투자자가 대납하는 조건으로 생명보험계약을 체결하거나 보험계약자에게 비상한 보험료 대출 또는 유사한 거래를 실시하여 생명보험계약 양도를 목적으로 보험에 가입하도록 유도하고 계약자는 대출금으로 보험료를 납입한다. 이때 일정기간 이후 보험이 전매되면 전매가격에서 대출금을 공제하고 차액을 계약자가 수령하게 된다.

15) 홍지민(2019)이 조사한 자료에 의하면, 전체 생명보험시장 규모를 고려하면 아직 미미한 수준이지만 계속 성장하고 있는 것도 사실이다. 이 시장의 가입금액 기준 거래규모는 2002년 20억 달러에서 2007년 122억 달러로 성장하였다. 이는 거래 건수 기준으로 43%, 금액 기준으로 38% 성장한 것이다. 2007년 보험전매에 대한 규제가 만들어지고 2008년 금융위기를 겪으며 하락하는 추세를 보였으나 2015년

다루는 시장에서 일반인을 대상으로 하는 고액 생명보험증권에 초점을 맞추는 시장으로 변모하였다. 물론 이 새로운 시장은 말기환금 시장을 지탱하였던 기술과 제도, 예컨대 말기질병 환자의 기대여명을 측정하기 위한 보험계리적 수법, 전매에 관한 다양한 규제와 세제, 시장참여자로 구성되는 조직이 바탕이 되었다.

그러나 시장의 성격이 바뀌면서 그것을 설명하는 용어와 논리도 전환되었다. 새로운 시장의 참가자들은 존엄한 죽음을 강조하지 않았으며, 죽음을 감당하기 위해 싸우고 있는 말기환자의 사정을 부각하지도 않았다. 그들은 고령화가 초래하는 새로운 위험을 이야기하였고, 장수위험에 대처하기 위한 수익성 금융상품¹⁶⁾ 가운데 하나로 설명하였다. 오랜 경험이 만들어 낸 기술을 중심으로 구성되어 죽음과 거리가 먼 일종의 금융상품으로 인식시켰다.

이런 상황에서 또 하나의 중요한 변화가 대동하였다. 생명보험증권을 매수한 전매업자가 전매된 보험계약을 대규모 투자은행 등의 기관투자자에게 매도하고, 기관 투자자는 이렇게 매수한 다수의 보험계약을 기초자산으로 하는 증권¹⁷⁾을 발행하여 개인투자자에게 판매하는 증권화(securitization) 경향이였다. 다수의 증권을 결합(pooling)함으로써 개별 증권의 위험을 분산시킨다는 점, 시장 참여자가 개인이 아니라 은행과 보험사, 투자관리자 같은 전문투자자라는 점은 기존의 전매시장과 전혀 다른 성격을 가진다. 기관 투자자가 이 증권에 투자하는 목적은 포트폴리오를 통하여 위험을 관리하기 위해서이다. 이로써 초기의 말기환금에서 도덕적 비판의 표적이 되었던 투자자와 피보험자의 사망과의 직접적인 관계는 단절되었고, 거래 관계는 추상화되었다. 피보험자와 투자자라는 인간적 관계 사이에 금융기술이 개입됨으로써 초기 말기환금에 쏟아졌던 비난을 감수하지 않고도 생명보험전매의 필요성을 시장에서 해결할 수 있게 되었다는 점에서 도덕적으로 도약을 이루게 되었다고 할 수 있다.

3. 한국과 일본에서의 전개

3.1 생전급부형보험의 등장

미국에서 말기환금이 출현할 무렵, 생명보험업계에서는 새로운 형태의 생명보험을 선보였

이후 다시 성장세로 돌아섰다. 그 결과 전매시장은 다시 성장하기 시작하였는데, 2016년 47,000명의 개인이 약 1천억 달러 규모의 보험증권을 전매시장에서 거래하였다.

16) 장기요양보험이나 연금 그리고 역모기지 등이 있다.

17) 일종의 자산담보부증권(asset backed securities)로 굳이 명명하자면 생명보험증권담보부증권이라 할 수 있을 것이다.

다. 일명 ‘생전급부형 보험(living benefits, accelerated death benefits)’으로 기존의 종신보험에 여명 6개월에서 1년이 선고된 피보험자에 대하여 사망보험금 일부를 미리 지급하는 특약 서비스를 제공하는 보험이다.¹⁸⁾ 사망보험금을 피보험자의 생전에 지급한다는 의미로 ‘생전급부형’ 혹은 ‘선지급형’으로 명명되었다.

따라서 미국의 시한부 환자가 생명보험증권을 활용하여 생의 마지막 정리에 필요한 재원 조달 방법은 2가지이다. 하나는 여명 1년 미만의 피보험자가 자신의 보험회사에 사망보험금의 선지급을 청구하는 방법이고(1차 시장), 다른 하나는 앞에서 설명한 전매시장(2차 시장)에서 자신의 보험증권을 매각하여 재원을 조달하는 방법이다. 미국에서 전매시장이 발전할 수 있었던 것은, 우선 1911년 연방대법원의 판결에 따라 전매거래의 합법성이 확보되어 있었다는 점, 다음으로 에이즈의 유행으로 여명 1년 미만에서만 행사할 수 있는 생전급부 특약의 내재적 한계가 극명하게 드러났다는 점에서 찾을 수 있을 것이다.

이런 관점에서 이하에서 외형적으로 발전하고 있는 것으로 보이는 한국과 일본의 생전급부형 보험시장의 현황과 지난 20여 년 동안 숱한 논의에도 불구하고 여전히 전매시장이 등장하지 못하고 있는 배경을 검토한다.

3.1.1 일본의 생전급부형 보험

일본에서는 미국에 본사를 두고 있는 푸르텐셜생명이 1992년 10월 리빙니즈(living needs) 특약으로 판매하기 시작한 것이 최초다.¹⁹⁾ 이후 1993년 메이지 생명을 필두로 대부분 생명보험 회사가 판매를 개시하여 1994년 업계 전체 250만 건의 판매실적을 올렸다.²⁰⁾ 일본 생명보험협회는 이렇게 단기간에 매출실적이 올린 상품을 처음이라는 반응이었다.²¹⁾ 이에 대하여 일본경제신문(1994.1.4.)은 “성장하는 생전급부형 생명보험; 남아 있는 나날”이라는 특집 기사에서, 종래에는 유족에게 지급되는 사망보험금을 계약자 자신이 받을 수 있는 이 새로운 보험의 성장은 존엄사와 시한부 중증환자 의료에 관한 관심과 무관하지 않다고 평가하였다. 이 보험에 대한 다이이치생명(第一生命)의 광고는 이런 사정을 잘 드러내고 있다.

18) 高尾厚(1994)에 의하면, 푸르텐셜이 1993년 말까지 이 특약에 따라 사망보험금을 미리 지급한 건수는 621건이고 그 가운데 절반이 암 환자이며, 25%가 에이즈 환자였다고 한다. 1991년 이 특약 서비스를 도입한 회사는 1991년 113사에서 1994년 215사로 증가하였고, 계약자 수도 동기간 113만 명에서 1,800만 명으로 증가하였다.

19) 高尾厚(1994)에 의하면 실제로는 1992년 2월 ALICO 재팬이 중대질병형과 선지급형의 2가지 타입의 생전급부형 보험을 판매한 것이 최초라는 주장도 있는데, ALICO는 중대질병형 보험이 중심이었고, 이는 3대 질병(암, 급성심근경색, 뇌졸중)에 대하여 보험금이 지급되는 것으로 질병보험의 가까운 것이었다.

20) 東京新聞(1994.9.8.)참조

21) 週刊東洋經濟(1994.8.31.)참조

“그까짓 앞날 따위 생각 안 해요, 라고 말하면서 개죽음당하고 싶지는 않아! 마지막 가는 그날까지 주변 사람들에게 폐를 끼치며 죽고 싶지는 않아!. 행복하게 죽기 위해서는, 가족도 소중하지만 나 자신도 소중한 거야.(중략) 이 새로운 보험은 가족이 아니라 내가 받는 생명보험인 것 같아! 의사가 6개월 시한부로 진단하면 내 마음대로 할 수 있다는 거잖아. 크루즈 세계 일주라도 좋고, 영화 한 편 찍는 것도 좋겠네. 나를 위한 보험이야!”(第一生命, ‘keeper plan’ 광고, 1994)

이 광고에서 주인공은 생의 마지막 순간이나 죽음을 자신의 의지로 맞이하고 싶다고 말하면서, 이런 생각에 동의하는 사람들에게 이 보험을 제안하고 있다. 이 광고는 당시 일본 사회에서 커다란 반향을 불러일으켰다. 가족에 대한 사랑과 책임이라는 생명보험의 전통적인 도덕원리를 뒤집고, 당사자에게 시한부를 통지하는 것이 일반적이지 않은 일본에서 시한부 환자가 직접 사망보험금을 청구하고, 그 돈으로 마지막 소망을 실현한다는 것은 판타지에 가까운 일이었기 때문이다.

사실 당사자에게 직접 시한부 고지가 어렵다면 생전급부형 보험은 무의미하다. 그런데도 일본에서 이 보험이 성공을 거두게 된 데에는 시한부 환자의 가족이 대리하여 보험금을 청구할 수 있는 지정대리청구인제도²²⁾가 적지 않은 영향을 미친 것으로 보인다. 그렇게 생각하는 이유는 우선 선지급 사망보험금을 청구하는 사례 자체가 극히 드물었고, 게다가 자신의 생을 아름답게 마감하기 위하여 선지급 사망보험금을 청구한 사례는 더더욱 찾아보기 어렵기 때문이다.²³⁾ 또 하나의 이유는, 나 자신을 위한 보험이라고 강렬하게 호소하였지만, 실상은 선지급 사망보험금의 청구권을 가족에게도 부여하여 ‘유족=보험수익자’, ‘유족의 생활보장=사망보험’이라는 기존 사망보험의 개념적 공식을 온존하였다는 점에서 도덕적 가치를 둘러싼 혼란이 발생하지 않았다는 점에서 찾을 수 있을 것이다. 그리고 일본의 생명보험회사들 역시 생전급부 서비스 수요를 반영했다기보다는, 이 특별한 서비스를 무료로 제공한다는 점을 활용한 종신보험 시장의 확대 전략으로 활용하였다고 보는 것이 타당할 것이다.

말하자면 나 자신을 위한 사망보험, 존엄한 죽음을 위한 보험으로 선전하여 사회적 관심을 일시적으로 불러일으켰지만, 보험회사는 종신보험을 확대하기 위한 전략적 수단으로 인식하였고, 계약자도 자신을 위한 사망보험으로 인식한 것은 아니었다. 이를 전매거래의 수요 측면에서 보면 일본에서 전매시장이 형성되기 위해서는 더 많은 시간이 필요하다는 사실을 시사한다.

22) 이 제도의 문제점은 본인이 아닌 타인에게 청구권을 행사할 수 있도록 함으로써 도덕적 위험(moral risk)이 있다는 점이 종종 지적된다. 이 때문에 푸르덴셜생명은 이 제도의 도입에 부정적이었지만 일본의 시한부 고지실태를 검토한 후 이 제도의 도입을 결정한 것으로 전해진다.

23) 메이지생명의 경우 1995년 2월까지 생전급부 생명보험으로 보험금을 지급한 사례가 98건이고 그 가운데 본인이 청구한 사례가 31건(31.6%), 대리인이 청구한 사례가 67건(68.4%)이었다.

3.1.2 한국의 생전급부형 보험

생전급부형 사망보험은 종신보험에 특약의 형태로 여명 6개월 남은 가입자에게 사망보험금을 미리 지급하는 서비스이므로, 이것이 대중의 관심을 끌기 위해서는 종신보험이 광범위하게 수용되어 있어야 한다. 그러나 한국의 경우 종신보험이 소비자에게 알려진 것은 1990년대 후반이었고 2000년대에 들어오면서 본격적으로 수용되기 시작하였다. 그동안 유명무실했던 종신보험이 이 무렵 본격적으로 판매되기 시작한 것은, 대형사고의 빈발과 그에 따른 손해배상 뉴스²⁴⁾ 그리고 1997년 외환위기를 겪고 있는 시기에 도시의 근로자 가구에 있어서 가장의 죽음에 초래하는 경제적 타격에 대비하기 위한 상품으로 종신보험을 직설적으로 설명한 것이 주효하였기 때문이다.²⁵⁾

한국에서도 푸르덴셜생명이 1994년 자사의 종신보험에 여명급부특약²⁶⁾을 부가한 것이 최초이다. 피보험자의 여명이 6개월로 진단되면 5천만 원 한도 내에서 일반 사망보험금의 50%를 미리 지급하는 특약이었지만²⁷⁾ 일본과 마찬가지로 한국에서도 실제 이 제도를 활용한 사례는 많지 않다.²⁸⁾ 특이한 점은 일본의 생명보험업계에서는 생전급부 서비스를 적극적으로 홍보하는 시도가 있었지만, 한국에서는 이런 시도가 발견되지 않는다는 점이다. 남자는 적령기에 결혼하고 가족을 부양하는 것을 당연시하는 가족윤리가 지배하는 사회상이 반영한 결과로 생각된다. 가장으로서 가족부양이라는 책임을 다하지 못하고 가는 것도 면목이 없는 일인데, 그 보험금마저 미리 받아서 소진하고 죽는다는 것이 바람직한 것은 아니었을 것이다.

이런 상황에서 2002년 삼성생명이 사망보험금의 선지급 수요 가운데 중대한 질병의 치료비용 조달이라는 목적에 초점을 맞춘 중대질병(CI) 종신보험을 출시하였고 이후 많은 보험사가 이를 추종함으로써 종신보험은 새로운 전기를 맞이하게 된다.²⁹⁾ 사망보험금을 미리 지급한다

24) 이 시기 발생한 대형사고로는, 1993년 3월 부산 열차 탈선사고(사망 78명), 1993년 7월 목포 아시아나 항공기 추락사고(사망 66명), 1993년 10월 서해훼리호 침몰(사망 292명), 1997년 8월 대한항공기 괌 추락(229명 사망), 1994년 서울 마포구 아현동 가스 폭발사고(12명 사망), 1995년 4월 대구 지하철 화재사고(101명 사고), 1999년 6월 시랜드 화재사고(23명 사망) 등이 있다.

25) 푸르덴셜생명은 대졸 남성 설계사를 중심으로 하는 영업조직을 활용하여 생명보험의 존재 이유를 가장(家長)의 사망위험으로부터 남겨진 가족의 경제적 생활보장의 수단으로 각인시키는 데 성공하였다. 특히 푸르덴셜생명의 “10억의 보험금을 받았습니다.”라는 광고는 실제 이야기를 근거로 가장이 갑작스럽게 죽어 힘들었던 가족이 보험금을 받아 위기를 극복하고 살아간다는 내용으로 유행어가 될 정도로 큰 화제가 되었으며, 푸르덴셜생명은 이 광고로 종신보험 전문 보험회사로 이미지를 확실히 굳히게 되었다. (김남희의 보험살롱 <http://www.econovill.com/news/articleView.html?idxno=270801>)

26) 대부분 보험회사가 자사의 종신보험에 다양한 명칭의 사망보험금 선지급 특약을 부가하였다.

27) 특약에 대해서는 추가적인 보험료가 부과되는 것이 일반적이지만, 미·일과 마찬가지로 한국에서도 무료로 제공되었다.

28) 한겨레(1994.11.24), ‘여명보험 호응도 낮아 실적 거의 전무’.

29) 이 보험을 최초 개발하였던 삼성생명은 4년간 200만 건을 판매하였고, 업계 전체로는 매년(2004~2007) 매년 신계약건수가 200만 건에 이를 정도로 히트상품이 되었다.

는 점에서 생전급부형 보험과 유사하지만, 약관에서 정하는 중대한 질병으로 진단되는 경우에 사망보험금의 전부 혹은 일부를 선지급하고, 보험료도 이를 반영하여 산출되며, 가입자가 의료비 조달을 목적으로 가입한다는 점에서 질병보험에 가깝다. 생전급부형 보험과 달리 이 보험에 관련된 광고를 쉽게 찾아 볼 수 있는 것은, 질병보험의 성격상 사실상 죽음을 전제로 하면서도 죽음과 여명을 구체적으로 언급하지 않아도 되었기 때문으로 생각된다.

3.2 일본의 생명보험전매시도

일본의 경우 생명보험계약의 매매에 관하여 명쾌하게 법적으로 금지한다거나 허용한다는 판결은 아직 존재하지 않는다.

2004년 동경에서 일본 최초로 생명보험전매회사가 설립되어, 이 회사는 12월에 남성 암 환자의 생명보험을 매수하기로 합의하였다. 남성은 3년 전 간암 진단을 받고 치료 중이었으며, 배우자의 수입으로 생활하고 있는 상태였다. 치료비 조달을 위해 이미 자택도 처분된 상태라 간이식 등과 같은 치료를 고려할 형편이 되지 못하였다. 그가 가지고 있는 생명보험의 해약환급금은 보험금액의 10% 정도의 적은 금액이라 스스로 생명보험전매회사를 찾게 된 것이다.³⁰⁾

2005년 1월 남성은 자신이 가입한 보험회사에 보험계약자와 보험금수익자 변경을 요청하였지만, 생명보험회사는 이를 거부하였다. 이에 2005년 2월 남성은 생명보험회사를 상대로 보험수익자 변경을 요구하는 소송을 제기하였고, 1·2심은 원고패소 판결을 내렸다. 생명보험의 매매가 유일한 재원조달방법이라 할 수 없고, 궁핍한 보험계약자로부터 부당하게 저렴한 가격으로 매수할 위험성이 있는 등의 윤리적 문제가 있다는 이유로 변경을 거부한 것이 보험회사의 재량권을 일탈하였다고 볼 수 없다고 판시하였다. 그리고 최고재판소에서 이 남성의 상고가 기각됨으로써 생명보험전매 사업은 존립이 곤란하게 되어 현재에 이르렀다.

그러나 이 판결은 생명보험계약의 매매가 유일한 수단이고 합리적으로 산정된 매매 가격이 제시되어 그것으로 생활이 개선될 수 있다면 허용 가능하다는 점을 시사하고 있다. 가령 동경지방법원의 판결문에서는, 중병을 앓고 있으면서 치료비나 생활비 조달이 어려운 상황에서 생명보험계약이 유일한 수단이 되는 사람에 대하여 구제방법이 없는지, 그리고 생명보험전매를 인정하는 경우 어떤 규제나 제도적인 장치가 필요한지에 관하여 신중한 검토가 필요하다는 사실을 명시하고 있는 바, 이는 생명보험전매의 가능성을 절대적으로 부정하지 않는다는

30) 山内恒人(2014)「ライフセトルメント生命保険の買取について」慶應義塾大学寄附講座(http://www.olis.or.jp/hfea/pdf/20130411forum_yamauchi2.pdf)에 의하면, 이 남성(56세)이 가입한 보험은 정기부양료보험이었고, 보험금은 300만엔, 당시 해약환급금 32만엔, 생명보험매수금액 210만엔이었다.

입장을 피력한 것이라 볼 수 있다.

이러한 가능성에도 불구하고 새롭게 생명보험전매를 시도한 사례가 나타나지 않음에 따라 언론매체나 연구자들의 관심에서 멀어졌다. 그러나 최근에 비혼과 독신세대, 독거노인 가구가 증가하고 있다는 점, 건강보험 개혁과 첨단 의료기술의 발전으로 의료비의 자기부담이 지속적으로 증가되고 있다는 점, 생전급부형보험의 급부요건의 완화에는 한계가 있다는 점, 여명이나 병명의 고지 희망자가 증가하고 있다는 점 등을 들면서 생명보험전매의 필요성을 환기시키고, 적절한 법과 규제를 정비해야 한다는 주장이 다시 제기되고 있음에도 불구하고 도덕적 논란을 야기하지 않는 것은 최고재판소의 판결을 계기로 법적인 과제만 남은 것으로 인식하고 있기 때문이다.

3.3 한국의 생명보험전매논의

한국에서의 생명보험전매는 2009년 박선숙 의원의 보험업법 일부 개정안의 발의로 주목을 받기 시작하였다. 이 개정안의 기본적인 취지는 긴급한 상황에서 불가피하게 생명보험계약을 해약하는 경우 해약 대신에 소비자에게 절대적으로 유리한 전매라는 선택권을 부여함으로써 소비자 권익을 보호해야 한다는 것이었다. 그러나 금융당국의 신중한 태도와 보험업계와 유관단체를 중심으로 하는 반대의견이 주류를 형성함에 따라 법안은 결국 빛을 보지 못하였다.

많은 언론매체에서 이를 다루었는데, “보험전매제, 빨리 죽어야 돈 되는 산업?”³¹⁾(SBS, 2010.9.13.) “생보 전매제로 보험료 인상 우려”³²⁾(중앙일보, 2010.10.10.), “생명보험도 전매, 내 생명이 투자수단?”³³⁾(경기일보, 9.14.) 등 주로 생명보험전매제도에 도덕적 하자가 있음을 암시하는 헤드라인을 붙였다. 전매는 유가족 생활 보장이라는 생명보험의 근본 취지에 반하고, 생명을 수익률에 근거하여 투자의 대상으로 삼는 것이 부적절하다는 식의 논조가 주를 이루었다.

생명보험의 높은 해약율과 낮은 해약환급금으로 인한 소비자의 불만이 개선되지 않고 있는 상황에서 정치권이 소비자권익 보호의 관점에서 해결방안을 제시하였음에도 정부당국이나 소비자 단체 등 여론의 지지를 얻지 못하였다.

이는 전매수요의 기반이 되는 존엄한 죽음에 대한 사회적 관심의 부재와 죽음의 상품화에 대한 비판에 대하여 적극적으로 대응하고, 그 동기를 가지는 주체가 없었다는 점에 기인한다.

31) https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1000794086

32) <https://news.joins.com/article/4511469>

33) <http://www.kyeonggi.com/news/articleView.html?idxno=430538>

미국의 경우 전매에 대하여 매우 가혹한 도덕적 비판이 있었음에도 불구하고 지속적으로 성장할 수 있었던 것은, 전매사업을 둘러싼 다수의 이해관계자들이 자신들의 이익을 보호하거나 개선하기 위해서 적극적으로 대응하였기 때문이다.

그런 의미에서 2019년 보험연구원의 생명보험전매에 관한 연구보고서는 매우 중요한 의미를 지닌다. 이 보고서가 출간된 후 언론매체의 반응은 2009년 때와는 다른 태도를 보여주었다. 즉, “보험시장 둔화되자 10년 만에 재등장한 ‘보험 전매제’”³⁴⁾(조선비즈, 2019.12.20.), “내 보험 파는 ‘전매제도’ 도입 속내는?”³⁵⁾(보험저널, 12.24), “생명보험전매, 왜 우리는 못 하는 가?”³⁶⁾(이태원의 손에 잡히는 경제, 2019.12.12.), 이들 기사의 키워드는 ‘고령화 사회의 필요하 수단’, ‘안정적인 노후생활’, ‘자본시장의 발달’, ‘소비자 권익보호’ 등이었다. 10년 전에 ‘잔인한 상술’, ‘도덕적 위험’ 등과 같은 키워드는 더 이상 강조되지 않았다.

10년 사이에 도덕적 평가가 달라진 이유는 무엇일까? 미국을 비롯하여 이 제도를 도입한 나라에서 안정적인 성장을 보여주었다는 점, 고령사회가 직면하는 문제의 해결수단으로써 전매시장의 유용성, 법제도의 정착과 금융기술과의 융합으로 전매제도 자체가 비인간적이고 합리적인 제도로 진화되었다는 점, 가장 강력한 반대론자였던 생명보험업계가 특별히 반대 입장을 표하고 있지 않는 점 등이 그 이유로 생각할 수 있을 것이다. 그렇다면 전매제도는 도덕적 불안감을 내포한 채로 멀지 않은 미래에 우리 사회에 수용될 가능성이 높아 보인다.

이러한 추측을 가능하게 하는 또 하나의 사실은 법적으로 국내에서 생명보험전매는 허용되지 않았지만, 이 시각에 한국인이 외국의 생명보험전매시장에서 투자자로서의 참여는 가능하다는 점이다. 실제로 많은 기관들이 해외 전매시장에서 투자자로 참여하고 있고, 심지어는 국가기관도 투자자로 참여하여 높은 수익을 실현하였다고 홍보하는 일까지 벌어지고 있기 때문이다.³⁷⁾ 한국인의 생명보험증권에 대한 투자에 대해서는 윤리에 반하고, 살인을 조장하는 잔인한 상술이라고 비난하면서 외국인의 목숨이 담보되어 있는 생명보험증권에 투자하여 수익을 얻고 있는 도덕적 모순이 지속되기는 어려울 것이다.

34) https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2019/12/20/2019122001160.html

35) <http://www.insjournal.co.kr/news/articleView.html?idxno=1113>

36) <https://www.stitcher.com/podcast/mbc/26640/e/65943578?autoplay=true>

37) 한국경제(2011. 6.22)고용부 “사망채권 투자수익 27%”...업계 “시가로 팔면 20% 손실 불가피”
<https://www.hankyung.com/finance/article/2011062216051>. 이 기사에 의하면 고용노동부는 생명보험전매 시장에서 거래되는 사망채권에 투자하는 펀드에 1200억 원을 투자하여 27%의 수익을 올렸다고 하였다.

4. 결론

생명보험이 성공적으로 정착할 수 있었던 것은 피보험자(가장)가 보험수익자(유가족)의 생활보장을 위해 희생하는 것이 도덕적이고 합리적인 행동이라는 논리가 확립되었기 때문이다 (Zelizer 1983). 1980년대 후반 에이즈의 유행을 계기로 등장한 말기환금은 생명보험의 이러한 도덕적 패러다임에 대한 도전이었다. 피보험자의 정신을 훼손하는 것이었고, 가장의 존귀한 희생의 증거로 신성시되었던 생명보험증권에 대한 반란이었다. 신성한 생명과 생명보험증권을 모독한다는 비판에 대하여 말기환금 옹호론자들은 ‘존엄한 죽음’이라는 개념으로 대응하였다. 이러한 경향은 일본의 생전급부형보험 광고에서도 발견된다.

2000년대에 들어오면서 말기환금이 고령자를 대상으로 하는 전매시장으로 전환되면서 죽음과 거리가 먼 금융상품으로 재평가되었고, 일명 생명보험증권담보부증권이라는 것이 만들어져 세계의 기관투자자들이 참여하는 새로운 시장을 탄생시켰다. 생명보험증권에 기재된 피보험자의 사망을 계기로 제3자의 손익이 결정되는 본질은 변함없지만, 피보험자와 투자자의 직접적인 관계는 끊어졌고 인적거래의 흔적은 더욱 희미해졌다. 이 시장은 누군가의 죽음을 의식하지 못하도록 조직화되었으며, 투자자는 위험관리의 한 방법으로 이 시장을 이용할 수 있게 된 것이다.

도덕적 비판을 극복하고 진화를 거듭하고 있는 전매시장을 고찰함에 있어서 이 산업을 이끄는 기업가의 활약에 주목할 필요가 있다. 그들은 문화적, 인구통계학적, 사회적, 경제적 경향을 자신의 입장을 강화하는 방식으로 활용해 왔다. 그들은 이러한 경제·사회적 변화를 이용하여 죽어가는 자와 유가족, 타인과의 관계를 재구성하였고, 생명보험증권을 새롭게 정의하였다. 이렇게 미국은 생명보험증권 거래를 제도화하는 데 성공하였다.

한편, 에이즈의 유행을 경험하지 않은 한국과 일본에서는 생명보험전매제도는 다른 각도에서 조명되었다. 한국에서는 정치권에서 제도 도입을 시도하였다. 키워드는 소비자권의 보호와 자본시장의 발달이었다. 이에 대하여 생명보험업계는 생전급부형 보험과 CI보험으로 중대한 질병치료 수요에 대응하였고, 도덕적 이슈가 생명보험전매시장에 관한 대중의 관심을 차단하였다. 최근에 다시 이 전매시장에 관한 논의가 시작되었는데, 도덕적 이슈보다는 장수위험과 노후생활에 대한 우려를 해결하는 장기요양보험이나 연금과 같은 부류의 금융상품임을 강조하는 논조의 비중이 높아졌다.

1980년대 후반 미국에서 전매제도가 등장하게 된 배경에는 에이즈의 유행, 근대가족의 해체로 인한 보험수익자의 부재라는 사회적 변동이 있었다. 이런 관점에서 보면 한국에서

생명보험전매제도에 대한 논의가 시작될 무렵인 2000년대 초반의 한국사회가 그러한 조건을 갖추고 있었는지는 의문이다. 에이즈 유행을 경험한 것도 아니고, 공적의료보험제도는 높은 수준이었으며 생명보험증권을 매매해야 할 정도로 가족제도가 해체된 징후도 발견되지 않았다. 이런 사실은 당시 전매제도를 분석하는 기사에서 존엄한 죽음을 호소하는 논조를 찾아보기 어렵다는 사실에서도 잘 드러난다. 이는 한국에서의 전매제도는 도덕성의 문제가 아니라 수요가 문제의 근원임을 시사한다.

일본의 경우 생명보험전매에 얽힌 소송이 발생하면서 법적인 문제를 중심으로 논의가 시작되었다. 물론 언론매체에서 미국의 생명보험전매산업 현황과 논점 등을 보도하기도 하였지만 그리 심각한 논조는 아니었다. 적극적으로 반응한 것은 생명보험회사였다. 그들은 말기환금 수요에 대응하기 위하여 말기환금형 생전급부보험을 개발하여 큰 성공을 이루게 된다. 이러한 사실은 일본이 생명보험에 함축된 죽음에 대한 도덕관을 ‘남겨진 가족을 위한 가장의 선행 희생’에서 ‘나 자신을 위한 존엄한 죽음’이라는 개념으로 전환한 것을 의미하는 것일까? 이에 대하여 다무라유이치로(田村祐一郎)교수는 생전급부형 보험의 성공은 일본인들이 질병보험으로 수용한 것이기 때문이지, 여생을 충실이 보내자는 의식변화의 결과로 보기 어려우며, 죽음에 대한 금기는 여전하다고 단언한다. 즉, 일본 내에서 생명보험증권의 매매에 관한 도덕적 논쟁을 찾아보기 어려운 것은 금기시 되는 죽음 이야기를 회피한 결과일 뿐이다.

이상, 이 연구에서 살펴본 세 국가의 전매시장에 대한 반응과 전개는, 시장과 도덕이 양립하는 가운데 진화를 거듭하고 있는 미국의 전매시장, 도덕적 논란의 요소가 제거된 전매제도로 진화된 형태, 즉 죽음과 거리가 먼 금융상품의 일종으로서의 전매시장에 대한 한국과 일본의 관심으로 요약할 수 있을 것이다.

전매시장이 미국에서 도덕적 합법성을 획득한 후 상당히 진화된 형태로 한국과 일본에 전파되는 과정은 생명보험이 숭한 저항과 극복의 과정을 거치고 저축의 한 형태로 한국과 일본에 이식되는 과정과 매우 흡사하다. 19세기 미국사회에 처음 생명보험이 소개되었을 때, 종교적 알력과 저항을 극복하기 위하여 기업가들은 경제적 용어는 피하고 종교적 상징주의로 포장하였다. 금전적 이익보다는 도덕적 가치를 광고하였다. 그러나 그들은 머지않아 생명보험이 투자수단이라는 점을 인식시키는데 성공하였다(Zelizer, 1983). 20세기 초 일본과 한국에 소개되고 인식된 생명보험은 가장의 갑작스런 죽음으로 인한 유가족의 생활보장수단이 아니라 근검절약 정신을 촉진하고 높은 수익을 보장하는 저축수단이었다. 생명보험 본래의 목적인, 남겨진 가족을 위한 가장의 죽음은 훨씬 나중에야 의식하게 되었다(이윤호, 2019).

미국에서 전매업자들은 초창기, ‘낮선 사람의 죽음을 대가로 돈벌이를 하는 잔인한 상술’이라는 비판에 대하여 ‘존엄한 죽음’이라는 개념으로 방어하면서 법과 제도를 정비하였고, 기술

적으로는 계리기법과 금융기법을 세련되게 결합함으로써 도덕적 합법성을 확보한 금융상품으로 인식시키는데 성공하였다. 현재, 이 제도에 대하여 한국과 일본은 도덕적 현상이나 존엄한 죽음이 아니라 합리적 현상으로서의 금융상품에 주목하고 있다.

이는 생명보험의 제도적 유산 측면에서 전매시장을 이해해야 한다는 점을 시사한다. 구체적으로 생명보험전매업에 종사하는 기업가는 사회와 별개로 움직이는 자유인이 아니며, 그들이 속한 산업이나 사회에서 작동하는 사회적 맥락에서 벗어나지 못한다. 제도는 인식을 형성하고 향후 행동에 대한 방향을 제시하는 역할을 한다. 한때 금기로 여겨졌던 분야로 시장을 확대하는 것은 오랫동안 제도화 되었던 도덕적 이해의 전략적 발전을 전제로 하며, 생명보험제도로는 렌즈를 통해 조직되고 이해되는 실제 경험의 기초 위에서 전개되기 때문이다. 생명보험전매는 실제적인 불안에 뿌리를 두고 있으며, 20세기에 형성되고 제도화된 생명보험시장의 관점에서 인식되고, 합리주의의 산물로서 보험의 오래된 경험이 만들어 낸 기술을 중심으로 구성되어 있다는 점을 간과할 수 없다. 즉, 보험증권을 교환하려는 노력은 잘 확립된 보험산업의 존재에 의존하기 때문에 생명보험전매제도는 생명보험의 제도적 진화의 관점에서 이해할 필요가 있다. 이런 관점에서 보면, 전매시장을 도덕적으로 해체하거나 부정하기 보다는 제도화된 맥락이 어떻게 다양한 종류의 경험과 인식을 촉진하거나 방해하는지, 그리고 일상생활에 미치는 영향을 검토하는 것이 보다 중요한 과제가 될 것이다.

【참고문헌】

- 김석영·김세영·이선주(2018)『보험상품 변천과 개발방향: 생명보험상품 중심』보험연구원
 이윤호(2016)「근대일본에서의 생명보험시장의 탄생-문화적 저항과 수용」『일본근대학연구』52, pp.313-338
 이윤호(2018)「한국생명보험시장의 형성과 전개-사회문화적 관점-」『일본근대학연구』60, pp.301-320
 이정원(2015)「생명보험계약과 피보험이익의 검토」『보험금융연구』19, pp.141-171
 이화택·김지원(2017)「미국과 독일의 생명보험전매제도 현황과 국내도입방향」『예탁결제』예탁결제원, 101
 장재용(2003)『미국 생명보험 전매시장에 대한 투자』법무법인 세종
 조성일(2018)「생명보험계약 증권화에 관한 법적 소고」『증권법 연구』19(2), pp.279-312
 한병규(2014)「생명보험매제도의 도입에 관한 한·중일의 비교연구」『기업법연구』28(4), pp.345-384
 홍지민(2019)『생명보험전매거래에 관한 연구』보험연구원
 SBS(2010.9.13.)「보험전매제, 빨리 죽어야 돈 되는 산업」
 경기일보(2010.9.14.)「생명보험도 전매, 내 생명이 투자수단」
 중앙일보(2010.10.10.)「생보 전매제로 보험료 인상 우려」
 한국경제(2011.6.22)「고용부 “사망채권 투자수익 27%”...업계 “시가로 팔면 20% 손실 불가파”」
 한계례(1994.11.24)「여명보험 호응도 낮아 실적 거의 전무」
 이태원의 손에 잡히는 경제(2019.12.12.)「생명보험전매, 왜 우리는 못 하는가」
 조선비즈(2019.12.20.)「보험시장 둔화되자 10년 만에 재등장한 ‘보험 전매제」

- 보험저널(2019.12.24.)「내 보험 파는 ‘전매제도’ 도입 속내는」
 Economic Review(2015.11.18.)「김남희의 보험살롱-당당한 여성상 “남자(남편)은 보험이 아니다”」
 九木元慎吾(2011)「生命保険の社会学」『命とライフコースの社会学』弘文堂 pp.67-83
 高尾厚(1993)「合理主義と近代保険-臓器移植と死亡保険金前倒し-」『国民経済雑誌』168(2)
 高尾厚(1994)「保険証券ファクタリングはタブーか」『商学研究』41(3)
 田村祐一郎(1995)「生前給付保険と死の概念」『保険文化』千倉書房, pp.169-199
 山内恒人(2014)「ライフセトルメント生命保険の買取について」慶應義塾大学寄附講座
 (http://www.olis.or.jp/hfea/pdf/20130411forum_yamauchi2.pdf)
 朝日新聞(2005.11.18.)「生命保険売買認めず」
 東京新聞(1994.9.8.)「なぜ大ヒット-余命保険-」
 週刊東洋経済(1994.8.31.)「もてもての生前給付保険」
 毎日新聞(2005.2.11.)「生保売買認めて-がん患者保険会社提訴」
 日本経済新聞(1994.1.4.)「成長する生前 給付型保険-残っている日々」
 Colden, Anne(1995), Dignity Partners IPO May Help ‘Viatical Settlement’ Firms’ Image.” Wall Street Journal, November 10.
 Eisenberg, Daniel(1999), Making a Killing: Viaticals Let Sick People Sell Their Life Insurance, but Invest in Death May Not Always Be the Best Bet, Time Magazine, November 29, S15-S16.
 Housewright, Ed(1994), Death and Profits: Investors’ Purchase of AIDS Patients’ Insurance Policies Raises Ethical Questions, Dallas Morning News, sec. A, February 7.
 Keating, Peter(1999), Rolling the Dice on Death, Money, September, 73-75.
 Linn, Gene(1999), Viaticals Traced to 1911 Rulling., Jurnal of Commerce, April 27.
 Sandel, Michael(2012), What Money Cant Buy
 Quinn, Sarah(2008),The Transformation of Morals in Markets: Death, Benefits, and the Exchange of Life Insurance Policies, American Journal of Sociology 114(3) 738-780
 Zelizer, V. (1983). Morals and Market : The Development of Life Insurance in the United States, Columbia University Press.

논문투고일 : 2020년 03월 26일
 심사개시일 : 2020년 04월 17일
 1차 수정일 : 2020년 05월 08일
 2차 수정일 : 2020년 05월 15일
 게재확정일 : 2020년 05월 20일

< 要 旨 >

생명보험시장에서의 도덕의 변용

- 한·미·일의 비교 -

이윤호

이 연구에서는 한·미·일의 생명보험전매제도의 전개과정을 비교·검토하였다. 중요한 결론은 다음과 같다. 첫째, 미국에서 전매업자들은 초창기, ‘낯선 사람의 죽음을 대가로 돈벌이를 하는 잔인한 상술’이라는 비판에 대하여 ‘존엄한 죽음’이라는 개념으로 방어하면서 법과 제도를 정비하였고, 기술적으로는 계리기법과 금융기법을 세련되게 결합함으로써 도덕적 합법성을 확보한 금융상품으로 인식시키는데 성공하였다. 이 제도에 대하여 한국과 일본이 주목하는 것은 도덕적 현상이나 존엄한 죽음이 아니라 합리적 현상으로서의 금융상품에 주목하고 있다. 이러한 과정은 약 1세기 전, 한·미·일에 생명보험이 처음 소개된 후 전개되어 가는 과정과 유사하다. 둘째, 생명보험전매는 생명보험의 합리적이고 오래된 경험을 바탕으로 만들어진 생명보험의 제도적 진화체로 제도화된 생명보험시장의 관점에서 인식되고 있다. 셋째, 생명보험전매는 근본적으로 죽음에 대한 매우 실제적인 불안에 뿌리를 두고 있고, 그것이 제도적 틀을 갖추고 있다면 시장을 도덕적 관점에서 해체하는 대신, 제도화된 맥락이 어떻게 다양한 종류의 경험과 인식을 촉진하거나 방해하는지를 검토하는 것이 더 중요하다.

Moral transformation in the life insurance market

- comparative study of Korea & Japan, the US -

Lee, Yun-Ho

In this study, the changing secondary market for life insurance were compared and examined in the Korea, US and Japan. The main results are as follows. First, in the United States, life settlement professionals have developed laws and institution while defending against the criticism of “the brutal merchant who make money for the death of strangers” with the concept of “dignity death,” succeeded in recognizing financial products with moral legitimacy by combining sophisticated actuarial and financial techniques. Regarding this market, South Korea and Japan are not focusing on moral phenomena and dignity death, but on financial products as rational phenomena. These processes are similar to the process in which Korean, US, and Japanese life insurance were first introduced about a century ago and then rolled out. Second, life settlement has been recognized with the institutionalized evolution of life insurance which is based on the rational and old experience. Third, the resale of life insurance policy is fundamentally rooted in a very real anxiety of death, and if it has an institutional framework, instead of dismantling the market from a moral perspective, it is important to consider how institutionalized contexts promote or impede different types of experience and awareness.