
	<h1 style="text-align: center;">보 도 자 료</h1> <p style="text-align: center;">12.16(수) 16:30부터 보도 가능</p>	
---	--	--

작성부서	금융위원회 금융소비자과 / 금융감독원 소비자보호총괄국			
책 임 자	[금융위원회] 성기철 과장 (2156-9770)	담 당 자	[금융위원회] 임준빈 사무관 (2156-9773)	
	[금융감독원] 조성래 국장 (3145-5700)		[금융감독원] 원대식 팀 장 (3145-5688)	
배 포 일	'15.12.15.(화)	배 포 부 서	대변인실(2156-9543~48)	총 8매

제 목 : 금융소비자보호 수준을 합리적으로 강화하여, 신뢰받는 금융시장을 구축하겠습니다.

□ 금융위원회는 12.10.(목) 금융개혁회의를 개최하여 「금융소비자보호 규제 강화 방안」을 심의·의결

- 12.16.(수) 임종룡 금융위원장 주재로 15년 제3차 금융소비자 자문 **패널*** 회의를 개최하여, 동 방안을 설명하고 의견수렴

* 소비자단체(5), 업계(4)·학계(3)·법조계(3) 전문가 총 15인

< 금융소비자보호 규제 강화 방안 주요 내용>

- 1 협회 자율규제, 금융회사의 사후 책임강화 중심으로 규제의 틀을 전환**
 - 약관을 원칙적으로 '사전신고 → 사후보고' 전환, 협회 광고 자율규제 강화
 - 상품판매과정 상시모니터링을 통해 소비자피해 우려시 판매제한 등 조치
 - 불완전판매를 유발할 수 있는 금융회사 내부 임직원 인센티브 체계 개선
- 2 '적합성 보고서 도입' 등 금융상품 불완전판매 관련 규제 강화**
 - 투자권유과정 등을 구체적으로 기록하는 '적합성 보고서' 도입
 - 증가하는 부가상품·서비스에 대한 설명 등 소비자 보호 의무 강화
 - 고령자 등 취약분야 보호를 강화하고 채널별 특성에 맞춰 광고 규제 차별화
- 3 판매업자 수수료 공시 등 정보제공 확대를 통해 소비자 권리 강화**
 - 판매업자가 상품판매시 받는 수수료를 공시하고 소비자에게 설명
 - 민원정보 공개 및 약관이해도 평가 확대, 회사 보관자료 접근성 강화
 - 소비자, 관련 소비자 단체 등으로 약관·광고심사 요구주체를 확대

1. 추진배경

- 금융당국은 금융규제를 영업행위, 건전성, 시장질서 및 소비자보호 4개 분야로 **유형화**하고, 유형별 특성을 고려하여 **규제개선**을 추진중

* 영업행위: 폐지·완화, 건전성: 정비(국제기준), 시장질서: **소비자보호: 강화·정교화**

- 이를 위해 소비자보호 분야도 전체 금융규제(1,604개) 중 규제작업반에서 소비자보호로 분류된 **규제(110개)**를 전수 검토하고,

- 학계·업계 간담회, 불완전판매 방지 **연구용역** 등을 통해 소비자보호 규제 관련 현황·문제점을 파악

⇒ **소비자보호를 강화·정교화**하기 위한 전방위적인 개선 필요 과제를 종합 검토하여 **'금융소비자보호 규제 강화 방안'**을 마련

2. 소비자보호 규제 현황 및 평가

- 1 '사전심사' 위주 상품규제 → '자율규제' 및 '사후감독' 미흡**

- 현행 상품관련 규제는 당국의 '사전·법령중심' 체계로 운영되고 있으며, 협회의 자율규제체제도 실효성이 낮음

- 2 글로벌기준, 환경변화 등을 반영하지 못한 판매행위 규제 → 불완전판매 지속 발생**

- 동양 CP 불완전판매('13) 등 소비자 피해가 근절되지 않고 있으며, 고령화 등 환경변화에 따른 새로운 금융위험 고려도 미흡

- 3 소비자에게 필요한 정보제공 미흡 → 소비자 선택권 약화**

- 판매수수료 공시·설명 미흡, 민원정보 접근성 제약 등으로 소비자 선택권이 저해

- 4 동일한 내용에 대해서도 금융업권별로 규제가 제각각 → 규제차익에 따른 형평성 문제 및 소비자 혼란 야기**

⇒ 그간 소비자 보호 노력이 지속되었고 제도적으로도 개선되어 왔으나, 국민체감도·Global Standard 등을 감안하여 보다 철저한 소비자 보호를 위해 **규제를 합리적으로 강화**할 필요

3. 주요 내용

1 자율사후규제 중심으로 규제의 틀을 전환

(1) 약관·광고 관련 자율규제 강화

- (약관) 전금융업권의 개별약관 제·개정시 원칙적으로 '사전신고 → 사후보고'로 전환하고, 감독당국에 협회 관리감독 및 제재권 부여

* 소비자 권익에 중대한 영향을 미치는 경우 예외적 사전신고

- 금융회사의 자율책임 강화를 위해 약관 작성기준을 법령에 명시하고, 위반시 변경권고 및 '과징금' 부과를 통해 사후제재 강화

- (광고) 은행연합회, 여전협회 자율규제 업무 신설 검토 및 협회 광고 자율규제 기능을 확대*하고, 협회 제재기준도 정비

* 예) 보험: (현행) 홈쇼핑 사전심사시 변액보험만 심사 → (개선) 여타 보험상품으로 단계적 확대

- 법상 제재기준 상향 및 부당광고 등에 대한 금융당국의 '광고중지 명령' 등 조치권 신설

(2) 소비자보호를 위한 상품판매제한 등 실시

- 판매과정에서 금융상품 관련 소비자피해 우려가 있을 경우 금융당국이 시정조치하는 시스템 구축

- 전금융사 금융상품 판매과정을 상시 모니터링*하여, 소비자 피해를 유발할 수 있는 상품 내용, 판매 방식상 문제점 등을 포착하고,

* 금감원에 모니터링팀을 신설(각 업권국 영업감독팀, 상시감시팀 등과 Matrix 형태로 연계)

- 소비자 피해요소가 있을 경우 즉시 판매제한, 불완전판매로 판단될 경우 구매권유 금지 등 적절한 조치 실시

<가상 사례>

◆A 보험회사가 복잡한 B 보험상품을 개발하여 판매중인데 구조적인 결함으로 인해 대다수 소비자들이 보험금을 받지 못하는 등 소비자 피해가 발생할 가능성 → 금감원 모니터링팀이 판매 초기 단계에서 해당 문제점을 조기에 포착하여 판매제한 조치 실시

(3) 금융회사 내부 임직원 인센티브 체계 개선

- 불완전판매를 유발할 수 있는 금융회사 내부 판매보상 인센티브 체계에 대한 회사차원의 통제 강화 및 가이드라인 마련

- 임·직원 판매실적 인센티브 등이 과도하게 설계되지 않도록 하고, 소비자보호 관련 지표도 인센티브 설계시 포함되도록 회사 내부통제* 강화

* CCO(Chief Consumer Officer)에 인센티브 체계에 대한 검토 및 CEO 보고 의무도 부여

- 감독당국은 가이드라인을 통해 개별 회사가 불완전판매를 유발할 수 있는 인센티브 체계를 선택하지 않도록 권고

<가상 사례>

◆D 투자상품에 대해 일정 목표판매량을 초과 달성한 직원에게 과도한 인센티브를 지급하는 C 투자회사의 비선형적인 인센티브 체계안을 상품판매 이전에 CCO가 검토한 결과, D 투자상품에 대한 불완전판매를 유발할 가능성이 높다고 판단 → 현황 및 개선안을 CEO에 보고함으로써 동상품의 불완전판매 유발원인을 사전 제거

2 금융상품 불완전판매 관련 규제 강화

(1) 투자권유 과정 기록 등 '적합성 보고서' 도입

- 투자성 상품(금투자상품, 변액보험) 판매시 적합성 의무 이행의 방식으로 '적합성 보고서'를 도입

- 금융회사는 구매권유한 상품이 고객의 수요와 상황에 적합한 이유, 고객의 불이익 가능성 등을 구체적으로 기술

- 회사는 동 보고서 정보를 보관하고 소비자에게도 제공

※ 해외사례를 중심으로 업계 의견 등을 충분히 반영하여 적합성보고서 적용 대상 상품의 범위, 세부적인 집행방식 등을 구체화해 나갈 예정

<가상 사례>

◆고객의 자산현황, 투자경험 등과 함께 예상투자금액, 구매수요가 있는 금융상품 등을 파악한 후 투자성향 테스트를 통해 드러난 고객의 위험등급 등을 종합적으로 분석하여 판매직원이 고객에게 적합한 상품을 권유하고 적합한 것으로 결정한 이유 등을 기록* → 고객에게 동 보고서를 제공하고 사내 DB에도 보관

* 고객의 수요·필요, 투자성향 테스트 결과, 적합한 이유, 불이익 등 제반사항

[2] 증가하는 부가상품·서비스 관련 규제 강화

□ 부가상품 등 판매시 설명의무 등 소비자보호 의무 강화

- 부가상품 내용 및 유지기간 등 상세한 내용을 **상품계약시 반드시 설명하도록 설명의무 강화**
- 부가상품 등의 축소나 불가피한 변경시 **대체상품을** 제공하고, 부가상품 등의 유료 전환시 소비자 의사를 확인하도록 지도

[3] 고령자 등 취약분야 보호 강화

□ 고령자 보호를 위한 종합적·체계적인 가이드라인 마련

- 감독당국과 개별 금융협회를 중심으로 ‘(가칭)고령 금융소비자 보호 가이드라인’을 마련하고, 동 내용을 ‘금융소비자보호 모범규준’에 반영

* 금투협회는 고령투자자 보호방안(판매관리, 내부통제 강화, 초고령자 보호 등)을 표준투자권유준칙에 반영 예정 (‘15.11. 발표)

[4] 채널별 특성에 맞추어 광고 규제 차별화

□ 광고채널의 특성에 차이가 있는 점을 감안, 채널별로 규제를 차별화

- 광고시 **위험성을 알리는 정보도 필수적으로 제공**(정보연계(Information Trigger))*하여 소비자에게 필요한 정보를 보다 효과적으로 전달

* 예) 신속성, 용이성 등을 광고할 경우 연이율 반드시 포함(최고이자율, 비용 등)

- **광고매체 종류에 따라 소비자가 중요사항을 쉽게 인지할 수 있도록 광고 내용·형식(글자크기·색상 등) 규제 차별화**

※ 불법 무등록자 등의 포털 광고게재도 방지하기 위해 주요 포털사와 협업

3

정보제공 확대 등을 통한 소비자권리 강화

[1] 판매업자의 수수료 공시·설명 의무 강화

- 판매업자가 **상품 판매시** 제조업자로부터 받는 **수수료**(금전·비금전, 판매·유지 수수료 등 포함) 수준 및 체계를 공시하고 소비자에게 설명하도록 의무화
- 특히, **복수상품 비교·권유시 각 상품별 수수료를 비교하여 안내**하고, 수수료가 **평균보다 높은 상품 판매시 이를 별도 안내**
- ※ 대상 금융상품, 수수료 공시 내용·방법, 도입시기 등은 실시 가능성, 권역별 특성 등을 감안, 금융투자상품·대출 등 표준화되어 있는 상품을 우선적으로 하여 단계적 실행방안을 마련

<가상 사례>

◆ E 은행은 고객에게 구조가 비슷한 채권형 펀드 F와 G를 구매권유하면서 각 펀드 판매시 E 은행이 받는 판매·유지 수수료 및 상품가입기간에 따른 수수료 구조 등에 대해서 구체적으로 비교·설명 → 고객이 각 펀드에 대한 E 은행의 수수료 전반에 대해서 충분히 인지한 상태에서 각 펀드를 비교·분석 후 펀드 구매

[2] 민원정보 공개 확대 등 소비자 선택권 강화

□ 금감원 민원정보 공개 및 소비자 약관이해도 평가 확대

- 금감원 민원 DB 등을 통해 회사 및 상품별 **민원내용·해결과정·결과** 등 상세한 공개를 추진 (→ 소비자는 필요한 정보를 선별하여 열람)
- 소비자 약관이해도를 높이기 위해 ‘**약관이해도 평가**’를 금투 등 복잡한 상품을 취급하는 **타업권으로 확대**하고 결과를 투명하게 공시

* 협회 내 (가칭)약관정비위원회 등을 설치하여 전문용어 등을 풀어 설명토록 지도

[3] 금융회사 보관자료 접근권 보장

□ 회사 보관자료에 대한 소비자 접근권(사본 교부를 포함한 열람권, 청취권 등) 보장

- 금융회사가 기록·유지·관리하는 자료에 대해 **소비자가 열람·청취 요구시, 금융회사는 이에 따를 의무를 규정**

* 남용을 막기 위해 분쟁조정 및 소송수행 등 권리구제 목적으로 한정하고, 금융회사는 영업비밀을 현저히 침해하는 등의 경우 거절·제한 가능

[4] 약관·광고심사 요구주체 확대

- ☐ 금융상품과 직접적인 관련이 있는 소비자 또는 소비자단체가 약관 및 광고심사를 제기할 수 있는 체계 마련
 - * 영국·호주 등은 소비자 또는 소비자단체의 제기에 따라 사후 불공정 조항 심사
- 문제 소지가 있는 약관·광고를 신고할 수 있는 공식창구(Window)로서 금감원 내 신고센터를 설치·운영

4 금융업권간 소비자보호 상향 평준화

[1] 리스·할부 모집인 등록제 도입

- ☐ 리스·할부 회사로부터 금융중개 업무 수수료를 수취하고 있는 리스·할부 모집인에 대한 등록제를 도입하여 건전한 영업행위 유도
 - * 그간 리스·할부모집인은 여전법상 등록의무 등 관련 규제가 없어 설명 누락 등으로 인한 소비자피해 발생 가능성이 높고, 사후구제도 어려운 문제 발생

[2] 과잉 대부금지 및 꺾기 간주규제 확대

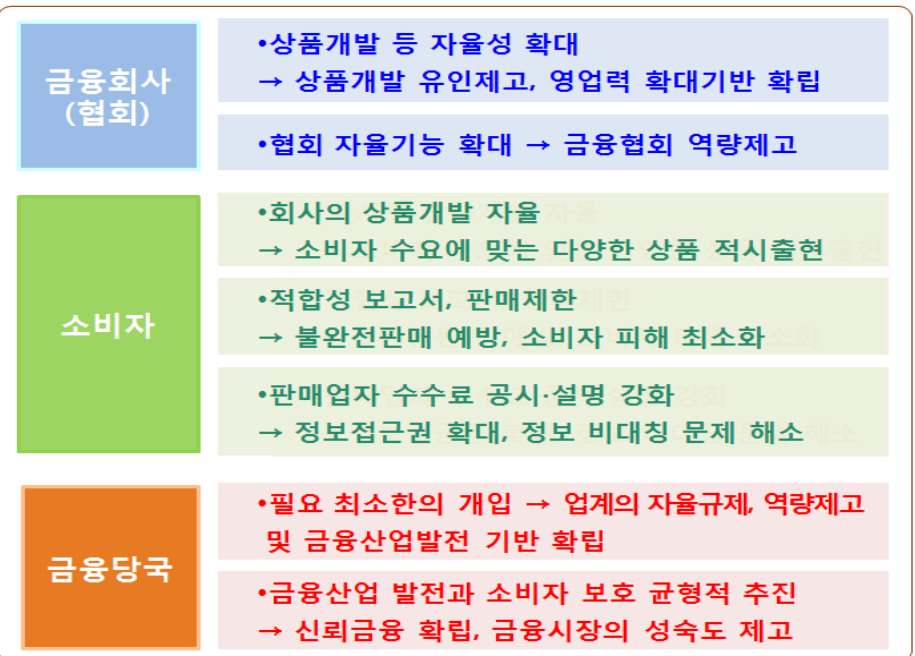
- ☐ 은행, 저축은행의 대출상품도 대부업법상 대부와 마찬가지로 적합·적정성 원칙을 도입하고,
 - * 대출시 소득·재산, 부채상황, 변제계획 등 소비자정보를 파악하고, 그에 비추어 대출 규모, 금리수준 등이 적합하지 않은 대출 금지
- 저축은행, 상호금융에 대해서도 적용대상, 간주기준 등 은행업(대출 전후 1개월 내 1% 초과 예·적금 가입 등)에 준하는 꺾기 간주기준 도입

[3] 대출모집인에 대한 판매채널 광고 규제 강화

- ☐ 대출모집인 광고 규제를 소속 회사에 대한 법상 규제와 동일하게 적용하도록 모범규준 개정
 - * 대출모집인은 '대출모집인 모범규준'에 의해 규제하고 있으며 개별법상 광고규제 미적용
 - * 보험설계사·중개사·대리점은 보험업법상 광고규제를 받으며, 보험협회의 자율심의 대상

4. 기대효과

- ☐ 금번 「금융소비자보호 규제 강화방안」을 통해 소비자 보호는 물론, 금융산업의 균형적인 발전을 도모할 수 있을 것으로 기대



5. 향후 계획

- ① 금융소비자보호 모범규준 개정 (~ '16. 3/4분기)
- ② 금융협회 내규 제·개정 ('16. 2/4분기 ~ 3/4분기)
- ③ 개별 금융업법 개정 ('16. 中 개정 검토)
- ④ 법령·규정 개정과 상관없는 제도시행 ('16. 1/4분기 ~)

< 별 첨 > 금융소비자보호 규제 강화 방안(상세 내용)



본 자료를 인용하여 보도할 경우에는 출처를 표기하여 주시기 바랍니다.
<http://www.fsc.go.kr>

넓게 들겠습니다
바르게 알려겠습니다