

온라인 채널 펀드판매 현황 및 활성화 방안

2017. 4. 3

금융위원회
금융감독원

목 차

I. 추진 배경	1
II. 온라인 채널을 통한 펀드 판매현황	2
III. 온라인 펀드시장 활성화 방안	5
1. 온라인 펀드상품 확대(투자자 선택권 제고)	6
2. 온라인 펀드채널 경쟁환경 조성	8
3. 투자자 보호를 위한 제도적 기반 조성	9
4. 펀드 투자자 역량 강화	11
VI. 향후 일정 및 계획	12

※ [참고] 온라인 펀드판매 절차

I. 추진 배경

- 온라인 펀드 판매*는 투자자에게 '높은 시·공간적 접근성'과 '상대적으로 낮은 수수료'라는 혜택 제공 가능

* 창구직원과 투자자간 대면상담 등의 접촉없이 인터넷 등을 통해 펀드를 판매하는 방식

- 특히, 창구 판매직원의 대면 상담과 투자 권유가 생략되어 저비용(통상 창구판매용 대비 절반 수준)으로 펀드 판매가 가능

- 최근 온라인 펀드 시장은 빠른 성장세*를 시험하고 있으나, 전체 펀드판매 대비 비중은 아직 낮은 상황

* ('13년) 2.3조원 → ('14년) 3.4조원 → ('15년) 6.0조원 → ('16년) 5.7조원

- '16년중 온라인 채널에서의 펀드 판매액은 5.7조원으로 전체 펀드판매 규모 대비 약 15% 수준에 그치고 있음*

* ('13년) 6.3% → ('14년) 8.5% → ('15년) 10.8% → ('16년) 14.9%

- 한편, 고위험 펀드 위주의 펀드 추천, 계열사 펀드 우선 권유 등으로 인한 투자자 보호 문제도 최근 부각

- 투자자의 성향과 상관없이 고위험 펀드 위주로 정보를 제공하거나, 명확한 근거없이 특정한 펀드를 추천·광고

⇒ 온라인 펀드 판매현황을 점검하고, 이를 바탕으로 온라인 펀드판매 활성화 및 투자자 보호방안을 마련·보고 드림

II. 온라인 채널의 펀드 판매현황

1 취급 금융회사 현황

- (현황) '16년말 기준, 총 62개 공모증권형 펀드 판매사 중 51개사*가 온라인을 통해 펀드를 판매 중

* 27개 증권사, 16개 은행, 6개 보험사, 1개 운용사, 펀드온라인코리아

- 11개사는 기관투자자 대상으로 영업하거나, 보험설계사를 통한 대면 위주 판매 등으로 창구에서만 펀드를 판매

- (판매상품) 51개사 중 대부분(41개사)이 온라인 채널에서 창구 판매용 펀드와 온라인 전용 펀드 모두를 판매 중

- 특히, 7개사의 경우 온라인에서 창구판매용 펀드만 판매

- 온라인 전용 펀드만을 판매하는 회사는 3개사에 불과(창구 판매용 펀드 미판매)

온라인 채널을 통한 펀드 판매회사 현황

구 분		증권	은행	보험	기타	계
판매회사 수		34	17	9	2	62
온라인 채널을 통한 판매		27	16	6	2	51
병행 판매 여부	창구판매용·온라인 전용 펀드 모두 판매	23	13	4	2	41
	창구판매용 펀드만 판매	4	1	2	0	7
	온라인 전용펀드만 판매	0	3	0	0	3

* 공모 증권형펀드(일반투자자 대상) 현황

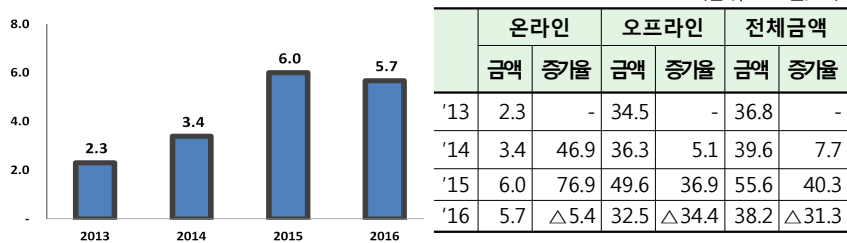
- '16년중 온라인에서의 펀드 판매금액은 5.7조원으로 '13년 2.3조원 대비 3.4조원 증가(146.0% ↑)

- 다만, 아직까지 전체 판매금액 중 온라인에서의 펀드 판매 비중*은 '16년 14.9% 수준에 그치고 있음

* ('13년) 6.3% → ('14년) 8.5% → ('15년) 10.8% → ('16년) 14.9%

< 온라인 펀드 판매금액 >

(단위 : 조원, %)



- (인터넷·모바일) 인터넷을 통한 펀드 판매금액은 증가('13년 2.1조원 → '16년 2.9조원)하고 있으나 그 비중은 점차 감소하는 반면

- '16년중, 모바일 판매 비중이 49.4%에 달하는 등 스마트폰 일반화에 따른 모바일 판매 금액 및 비중 모두 증가

온라인 판매채널별 판매금액 및 비중

(단위 : 조원, %)

연도	인터넷		모바일		온라인 전체 금액 (C=A+B)
	금액 (A)	비중 (A/C)	금액 (B)	비중 (B/C)	
'13	2.1	90.2	0.2	9.8	2.3
'14	2.7	80.7	0.7	19.3	3.4
'15	4.3	70.9	1.7	29.1	6.0
'16	2.9	50.6	2.8	49.4	5.7

- (판매사별) '16년중 은행 및 증권사의 온라인 펀드 판매금액이 5.3조원으로 전체 온라인 판매금액(5.7조원)의 93.8%를 차지

- '14.4월 영업을 개시한 펀드 슈퍼마켓(펀드온라인코리아)의 온라인 판매시장에서의 성장세가 다소 둔화*

* 펀드슈퍼마켓 판매비중 : ('14년) 5.9% → ('15년) 8.3% → ('16년) 5.6%

권역별 온라인 채널 판매금액 및 비중

(단위 : 억원, %)

구 분	'13년		'14년		'15년		'16년	
	온라인	비중	온라인	비중	온라인	비중	온라인	비중
은행	13,388	57.9	19,106	56.3	32,164	53.6	39,724	69.9
증권	9,369	40.6	12,391	36.5	22,455	37.4	13,606	23.9
보험, 운용	347	1.5	457	1.3	470	0.8	316	0.6
펀드슈퍼마켓	-	-	1,986	5.9	4,954	8.3	3,182	5.6
계	23,104	100.0	33,941	100.0	60,043	100.0	56,828	100.0

- (펀드구성) '16년중 온라인 전용 펀드 판매금액은 3.9조원이며, 온라인에서 판매된 창구판매용 펀드의 판매규모는 1.8조원 수준

- 온라인 전용 펀드와 창구판매용 펀드의 온라인 판매금액은 증가하는 추세이나, 창구판매용 펀드(온라인 판매) 비중은 지속 감소

펀드 종류별 온라인 채널 판매금액 및 비중

(단위 : 조원, %)

구 분	'13년		'14년		'15년		'16년	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중
온라인 전용 펀드	1.1	48.1	2.0	57.9	3.8	63.6	3.9	68.9
창구 판매용 펀드 (온라인 판매)	1.2	51.9	1.4	42.1	2.2	36.4	1.8	31.1
계	2.3	100.0	3.4	100.0	6.0	100.0	5.7	100.0

- (판매비용) 창구판매용 펀드와 온라인 전용 펀드간 판매수수료·보수 차이는 각각 40bp, 32bp로, 온라인 전용 펀드가 약 45% 저렴*

* 평균 판매수수료 및 판매보수 비교(A클래스-Ae클래스, '16.12월말 기준)
(창구판매용 펀드) 0.93%, 0.63% ↔ (온라인 전용펀드) 0.53%, 0.31

III. 온라인 펀드시장 활성화 방안

<기본방향>

- ◆ 투자자의 온라인 펀드 선택권을 확대하고 투자자 보호 및 투자자 역량 강화를 위한 제도적 기반 조성을 추진

목표

온라인 펀드 시장 확대를 통해
정체상태의 공모펀드 시장 활성화

추진 과제

온라인 펀드 투자자 선택권 확대

- 1 온라인 전용펀드 설정 확대
- 2 펀드슈퍼마켓 취급상품 확대

온라인펀드 채널 경쟁환경 조성

- 1 온라인 펀드판매사 비용 비교공시 신설
- 2 온라인 펀드판매 플랫폼 평가제
- 3 펀드슈퍼마켓 지속 영업기반 조성

투자자 보호 제도적 기반 조성

- 1 온라인에서 펀드판매시 적합성 원칙 정립
- 2 온라인에서 펀드 추천·광고시 객관성·중립성 제고

펀드 투자자 역량 강화

- 1 펀드 투자자 교육(온라인 펀드 콘텐츠 마련) 실시
- 2 펀드 투자자 주의사항 제작 (가칭 '펀드 투자자 십계명')

1 온라인 펀드 상품 확대를 통한 투자자 선택권 제고

(1) 온라인 전용펀드 설정 확대 유도

< 현황 및 문제점 >

- 온라인 전용 펀드의 소극적 설정·판매로 온라인 펀드의 큰 혜택인 낮은 판매보수·수수료 향유 곤란

- ① '16.12월 현재 2,014개 공모 증권형 펀드 중 온라인 전용펀드 설정·판매는 63.9%(1,286개)수준으로 보다 높일 필요가 있음
- ② 창구판매용 펀드(A, C클래스 펀드 등)를 온라인으로 판매하면서 창구 판매하는 경우와 동일한 판매수수료 및 보수를 부과

※ 투자자가 온라인을 통해 펀드를 매입함에도 투자조언 서비스 대가를 포함하는 창구판매용 보수·수수료를 지불하게 됨

< 개선방안 >

- 투자자의 투자비용 절감 및 투자자 선택권 확보 측면에서 온라인 전용펀드 설정 및 판매를 적극 권장

- ① 공모 개방형 증권펀드(ETF 제외)를 신규 설정·설립하는 경우 온라인 전용펀드도 함께 설정*하도록 적극 유도

* 예) A클래스 펀드를 신규 설정 → Ae클래스 펀드도 함께 설정
C클래스 펀드를 신규 설정 → Ce클래스 펀드도 함께 설정

- ② 기존 펀드에 대해서는 온라인을 통해 판매하는 경우 온라인 전용 펀드를 별도로 설정하여 판매하도록 유도

▶ (요조치사항) 금융위원회 행정지도 마련 및 시행

[2] 펀드슈퍼마켓(펀드온라인코리아) 취급상품 확대

< 현황 및 문제점 >

- 경쟁력 있는 펀드의 펀드슈퍼마켓 입점이 제한되어 있어 온라인·개방형 판매채널로서의 경쟁력 부족
- 온라인·개방형 판매채널인 펀드슈퍼마켓에서 취급하는 공모 펀드는 전체 공모펀드(3,608개)의 30%(1,084개)에 불과
- 특히, 대형판매사의 견제로 인해 펀드슈퍼마켓의 가격경쟁력이 높은* 연금저축펀드의 취급 비중도 46% 수준으로 상품다양성 측면에서 펀드슈퍼마켓의 경쟁력 부족

* 상위 5개(설정원본 기준) 연금저축펀드 평균 판매보수(%) :
오프라인 0.942, 일반 온라인 0.47, 펀드슈퍼마켓 0.26

< 개선방안 >

- 다양하고 좋은 펀드상품이 펀드슈퍼마켓을 통해 저렴하게 투자자들에게 공급될 수 있도록 유도(금융투자협회 자율결의)
- 주주사인 자산운용사들의 펀드슈퍼마켓에 대한 펀드상품 공급을 확대
- 특히, 성과보수펀드, 자산배분펀드 등 새로 도입되는 펀드와 판매보수 절감 필요성이 큰 연금저축펀드의 펀드슈퍼마켓 출시를 통해 경쟁환경 조성

2

온라인 펀드채널 경쟁환경 조성

< 현황 및 문제점 >

- 온라인 펀드 판매사간 비용 및 평가가 제공되지 않고 있어 온라인 판매 플랫폼간 경쟁환경이 조성되어 있지 않음
- * 투자자의 경우 적극적인 비교 및 탐색없이, 오프라인으로 구매경험이 있었던 판매사의 온라인 창구를 선택하는 경향이 있음

< 개선방안 >

- ① 온라인 펀드 판매사간 비용 비교공시 사이트를 개설하여 투자자가 손쉽게 다양한 온라인 판매 플랫폼을 탐색할 수 있도록 지원

▶ (요조치사항) 금융투자협회 전자공시사이트에 시스템 추가 구축

- ② 오프라인 위주의 펀드 판매사 평가를 온라인으로 확대 시행하여 판매사간 경쟁을 통한 온라인 펀드판매 서비스 품질 향상을 유도

- 온라인 펀드 판매 플랫폼 평가에 적합한 새로운 기준을 구성하여 '온라인 펀드 판매사 평가제' 도입(한국금융투자자보호재단)

- ③ 펀드슈퍼마켓(펀드온라인코리아) 지속 영업을 위한 기반 조성

① 펀드슈퍼마켓의 필요 자기자본 확충*

* (1단계) 기존 주주 우선 배정(10%를 유지)→(2단계) 필요시 IT기업 최대 주주 영입

② 안정적 수익기반 확보를 위해 사모펀드 판매 허용 여부 검토*

* 펀드온라인코리아 설립취지를 고려하여 허용시에는 사모펀드 판매규모를 공모펀드의 일정비율로 제한하는 등 보완방안 병행추진

3 투자자 보호를 위한 제도적 기반 조성

[1] 「적합성 원칙」 적용 관행 정립

< 현황 및 문제점 >

- 투자성향을 고려하지 않고 최근 수익률이 높은 펀드 정보를 우선해서 제공하면서 고위험 펀드 위주로 추천되는 경향

* 보수적인 투자성향의 투자자에게 고위험 펀드 투자를 유인하는 결과

- 이는 온라인 채널에서 부적합 펀드 판매비율(23.3%)이 영업점 판매(12.8%)에 비해 높게 나타나는 요인으로 작용

< 개선방안 >

- 온라인을 통한 펀드 가입시에도 투자자의 투자성향에 맞는 적합한 정보를 알기쉽게 제공하도록 개선

- 투자자 투자성향에 맞는 펀드정보를 우선 제공*하고, 펀드 수수료, 보수 등의 차이점을 게시하도록 기능 구현

* 예) 안전성향 투자자에게는 채권형펀드 등 저위험 펀드정보 우선 제공

▶ (요조치사항) 금융투자협회 표준투자권유준칙 개정

[2] 홈페이지를 통한 펀드 추천·광고시 객관성·중립성 제고

< 현황 및 문제점 >

- 홈페이지에서 특정 펀드를 추천·광고하고 있으나 추천펀드 선정기준을 게시하지 않거나, 게시내용이 형식적이고 불분명*

* 온라인에서 특정펀드를 추천하는 37개 판매사 중 11개사만이 추천 사유를 게시하고 있으며, 26개사는 미게시

- 추천펀드 선정기준에 판매사 이익 관점(판매 용이성, 운용사 업무 협조도 등)에서 평가항목이 포함되는 경우도 존재

< 개선방안 >

- 추천펀드 선정기준을 투자자가 알기쉽게 구체적으로 기재 하거나 펀드별로 주요 추천사유(정량적 또는 정성적 근거) 공시

- 추천펀드 선정기준에 판매사 이익* 관점의 평가항목을 제외 하도록 유도

* 판매 용이성, 운용사의 업무협조도 및 정보제공

▶ (요조치사항) 금융투자협회 표준투자권유준칙 개정

[3] 계열사 펀드 해당여부 표시 의무화

< 현황 및 문제점 >

- 온라인에서 펀드정보 제공 및 특정 펀드 추천·광고 등의 경우 계열사 펀드 여부에 대한 고지가 이루어지지 않고 있음

- 공정경쟁 촉진 및 투자자 보호*를 위해 오프라인에서 계열사 펀드를 투자권유하는 경우에는 계열사 펀드임을 고지**하여야 하나, 온라인에서는 이러한 기준이 미비

* 판매회사가 계열사의 펀드를 우선적으로 권유할 경우 고객이익과 판매 회사가 포함된 특정 계열사간 이익상충이 발생될 개연성

** 계열사펀드 고지 및 유사펀드 병행 권유의무(표준투자권유준칙 IV-2의13)

< 개선방안 >

- 투자자의 합리적 판단을 위해 온라인을 통해 계열사 펀드 정보를 제공할 경우에도 계열사 펀드임을 반드시 표시하도록 의무화

▶ (요조치사항) 금융투자협회 표준투자권유준칙 개정

4 펀드 투자자 역량 강화

① 온라인 펀드 관련 투자자 교육 개시

- 교육과정*에 온라인 펀드 콘텐츠를 교육에 추가하여 일반 투자자의 이해도 제고(전국투자자교육협의회)

* 현장교육, 온라인 교육, 청소년 교육 등

② 「펀드투자 십계명(가칭)」 배포

- 온라인을 통해 좋은 펀드를 쉽게 선택할 수 있도록 펀드 투자시 반드시 고려해야 하는 중요사항을 '펀드투자 십계명'으로 제작
- 온라인 펀드 판매사 홈페이지 외에도 투자자교육협의회, 한국투자자보호재단, 금융투자협회 등 게시

< (가칭) 펀드투자 10계명 >

- (1) 높은 수익률만 쫓지 말고 높은 수익률 뒤에 존재하는 위험까지도 고려하여, 자신의 투자성향에 맞게 투자하세요.
- (2) 펀드는 긴 안목을 가지고 1~2년 미만의 단기자금이 아닌 여유 자금으로 투자하세요.
- (3) 펀드 역시 주식과 마찬가지로 종류별로 분산투자하는 것이 좋습니다.
- (4) 펀드 투자는 각종 수수료가 발생하는 만큼 비용도 꼼꼼히 비교하고 가입하세요.
- (5) 적절한 규모의 펀드를 선택하세요.
- (6) 펀드의 운용성과는 펀드매니저에 의해 좌우되므로 펀드매니저의 운용능력을 반드시 확인하세요.
- (7) 비과세 혜택 등 절세상품을 우선 이용하세요.
- (8) 유행에 따라 '묻지마 투자'시 손해날 가능성이 높습니다.
- (9) 펀드투자에 따른 책임은 투자자의 몫입니다.
- (10) 가입 후에도 수익률 등을 지속적으로 관리하셔야 합니다.

IV. 향후 일정 및 계획

◆ 온라인 펀드 저변확대 및 투자자 보호강화를 위해 최대한 빠른 시일내 관련 제도 개편 등 후속조치를 조속히 마무리

구 분	조치 필요사항	추진 시기
-----	---------	-------

1. 온라인 펀드 상품 확대를 통한 투자자 선택권 제고

1. 온라인 전용펀드 설정 확대	금융위 행정지도	'17.3분기
2. 펀드슈퍼마켓(펀드온라인코리아) 취급상품 확대	금융투자협회 자율결의	'17.2분기

2. 온라인 펀드채널 경쟁환경 조성

1. 온라인 펀드 판매회사간 비용 비교공시 신설	금투협회 전산개발	'17.3분기
2. 온라인 판매 플랫폼 평가제 도입	한국투자자보호재단	'18년부터
3. 펀드슈퍼마켓 지속 영업을 위한 기반 조성	펀드온라인코리아 중개 등	'17.3분기

3. 투자자 보호를 위한 제도적 기반 조성

1. 온라인 펀드 판매시 적합성 원칙 적용관행 정립	금투협회 표준투자권유준칙 개정	'17.3분기
2. 온라인상 펀드 추천광고시 객관성·중립성 제고		
3. 계열사 펀드 해당 여부 표시 의무화		

4. 펀드 투자자 역량 강화

1. 펀드 투자자 교육(온라인 펀드 투자 관련)	금투협회 온라인 콘텐츠 개발	'17.2분기
2. 펀드투자 십계명(가칭) 제작 및 배포	금투협회	'17.2분기

