 금융위원회	<h1 style="text-align: center;">보 도 자 료</h1>				• 생산적 금융 • 포용적 금융 • 신뢰받는 금융
	보도	2019.01.10.(목) 조간부터	배포	2019.01.09.(수)	
책 임 자	금융위 금융소비자정책과장 김 기 한(02-2100-2630)		담 당 자	류성재 사무관(02-2100-2632)	

제 목 : 금융소비자 보호에 대한 국민인식조사 결과와 시사점

- 일반 국민의 금융소비자 보호 만족도가 낮은 것으로 나타남
- 약관·상품설명서의 분량이 너무 많고 난해하며 금융회사는 상품 판매후 고객에 대해 신경쓰지도 책임지지도 않는다고 생각
 - 금융당국에 대해 소비자 피해발생시 제재 및 피해확산 방지 등을 요구하는 한편, 금융당국의 소비자 보호노력도 부족하다고 평가
- ⇒ 이번 조사결과를 ‘쉽고 편리하고 친근한 금융시스템’ 구축을 위한 맞춤형 금융소비자 정책 수립의 기초 자료로 적극 활용할 계획

1 추진 배경

- 금융위원회는 금융소비자 관련 실태를 정확하게 파악하기 위해 ‘금융소비자 보호에 대한 국민인식조사’ 실시
- 이를 기초로 일반 국민들의 금융소비자 보호에 대한 인식과 정책 수요를 보다 구체적으로 확인하고 정책적 시사점 도출

< 금융소비자 보호에 대한 국민인식조사 개요 >

- (조사기관/ 용역방식) 한국갤럽 / 위탁 연구용역('18.10.22~12.20일)
- (조사기간/ 방법) '18.10.30~11.7(8일간) / 온라인조사
- (표본/ 오차) 전국 만 19~69세 국민 2,194명* / 95% 신뢰수준±2.1%p

* 전국 17개 시·도에서 연령·성별·지역에 따라 비례배분하여 랜덤 추출

2 조사 결과 요약

(1) 금융소비자 보호의 주체에 관한 인식

① 금융소비자 보호를 위해 누구의 역할이 가장 중요한지 : **금융당국**

- 금융소비자 보호를 위해 ‘금융당국/금융회사/보호인프라*/소비자 본인’ 중 누구의 역할이 가장 중요하다고 생각하는지에 대해

* 보호인프라는 소비자단체, 정보포털 등 금융당국과 별도의 민간 지원체계

- 응답자의 **43.5%**는 금융당국의 역할이 가장 중요하다고 답변하였으며 다음으로 소비자 본인(29.2%), 금융회사(23.9%) 등 順

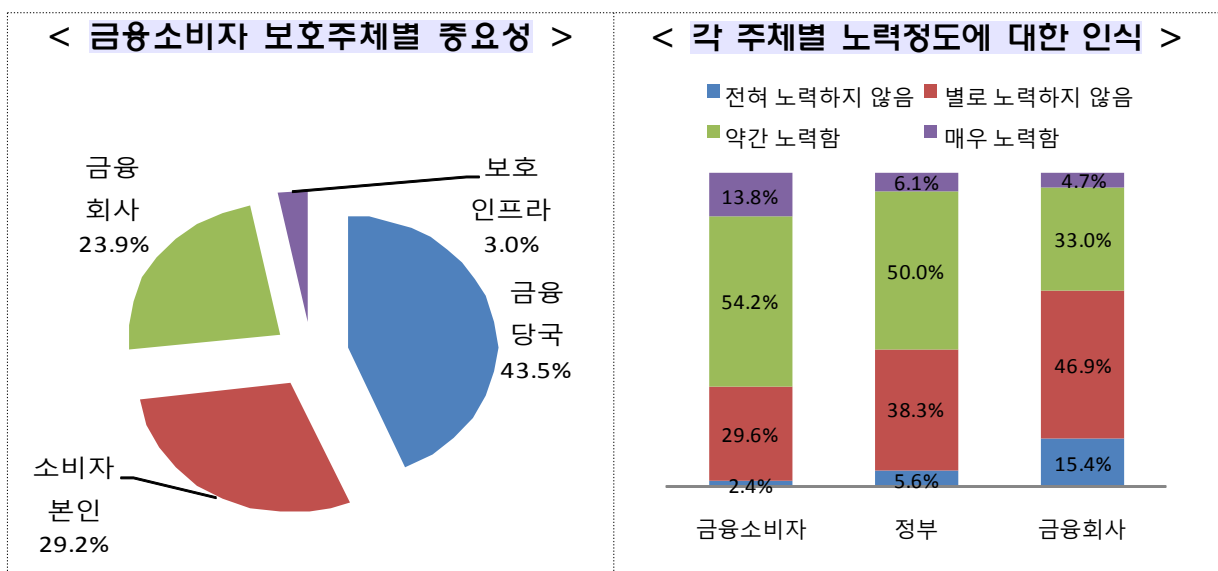
② 각각 얼마나 노력하고 있다고 생각? : **소비자 – 정부 – 금융회사** 順

- 정부가 소비자 보호에 가장 중요하다고 응답한 반면, 정부가 현재 기울이고 있는 노력에 대해서는 그리 높게 평가하지 않음

- ‘소비자’ 자신의 보호 노력 정도를 2.8점(4점 만점)으로 가장 높게 평가하였으며, 다음으로 ‘정부’(2.6점), ‘금융회사’(2.3점) 順

- 특히, ‘금융당국이 소비자 보호에 노력하지 않는다’는 응답이 **43.9%**로 금융당국의 노력에 만족하지 않는 것으로 드러남

- 금융회사에 대해서는 소비자 보호 관련하여 중요하지도 노력하지도 않는다고 평가 → 금융회사에 대한 기대가 낮다는 것을 보여줌



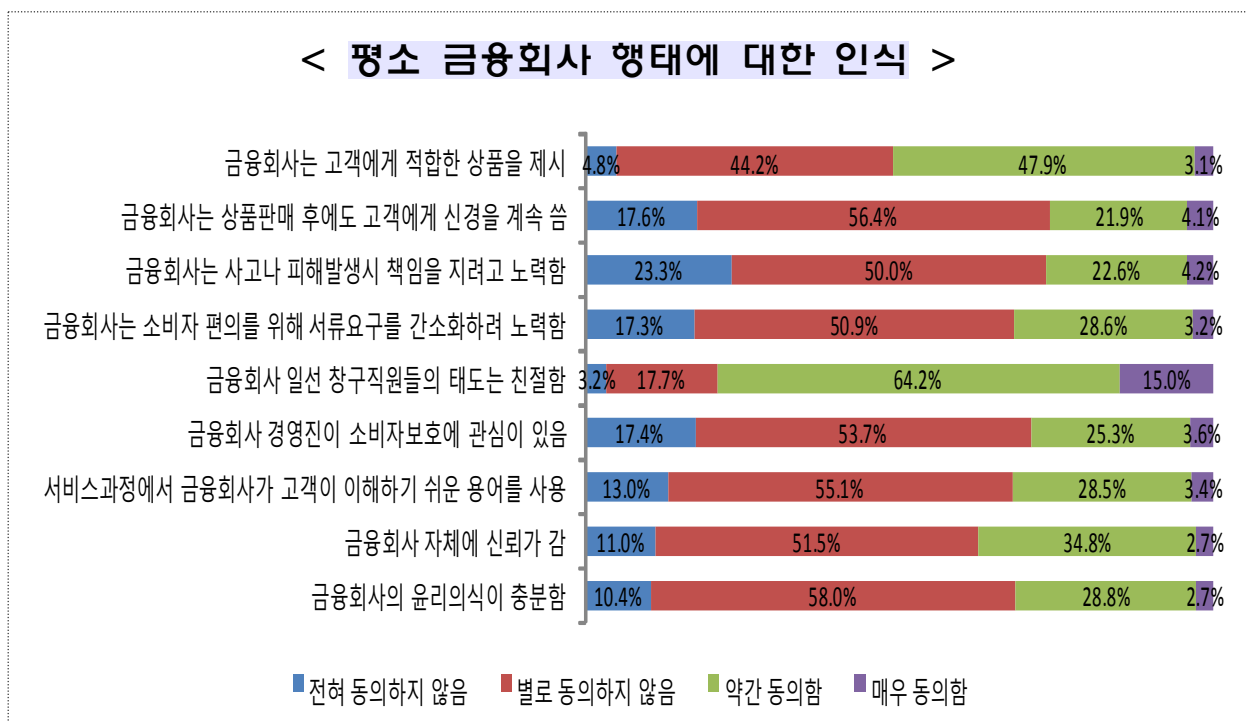
(2) 금융회사의 행태 등에 대한 인식

① 금융회사의 평소 행태에 대한 인식 : 전반적으로 부정적

- 금융회사의 행태와 관련하여 '직원들의 태도는 친절하다'고 응답한 비율은 **79.1%**이며,
 - '금융회사는 고객 상황에 적합한 상품을 제시한다'는 응답비율은 **51.0%**로 판매시 행태에 대해서는 비교적 긍정적인 인식이 높음
- 반면, 부정적인 답변으로 '금융회사는 상품판매 후에도 고객에 대해 신경을 쓰지 않는다'고 생각하는 응답자는 **73.9%**이며,
 - '금융회사는 사고나 피해 발생시 책임을 지려고 노력하지 않는다'고 생각하는 응답자도 **73.2%**에 달하는 것으로 나타남

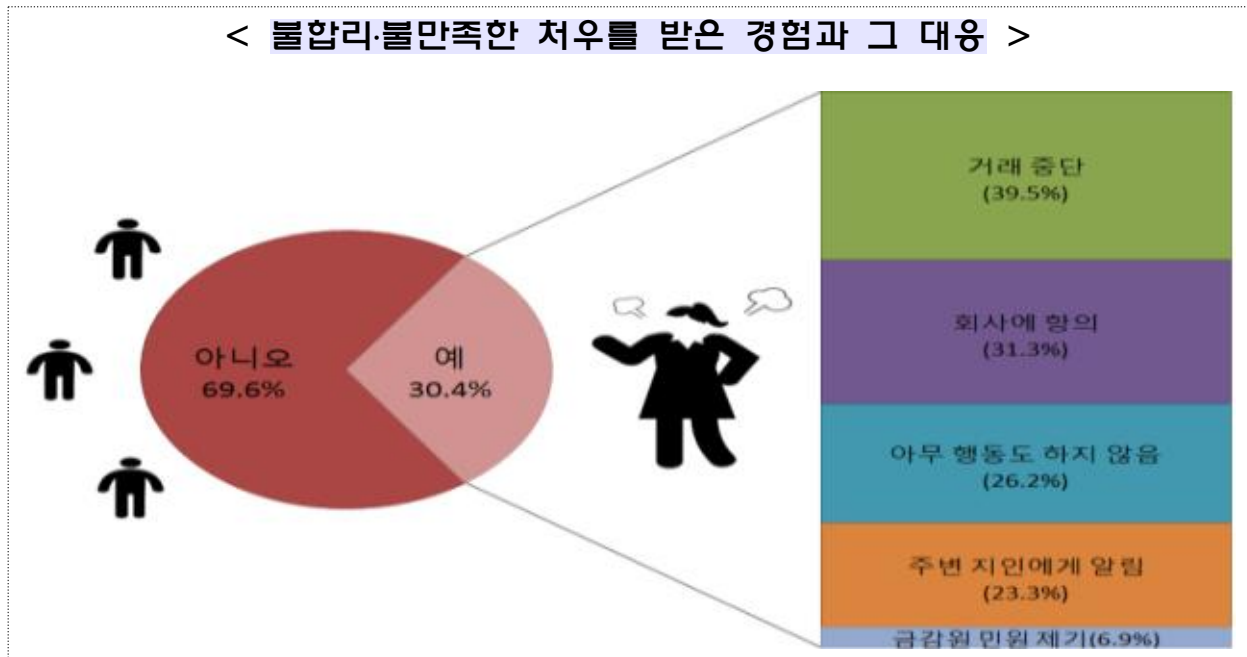
② 금융광고에 대한 인식 : 왜곡·과장되었다 60.7%

- 금융회사 행태에 대한 답변과 유사한 맥락에서 응답자의 **60.7%**는 금융회사 광고가 사실을 왜곡하거나 과장되었다고 생각한 적이 있는 것으로 나타남
 - 그 이유로 '과장된 표현의 빈번한 사용'(46.5%), '중요한 내용은 작게 표시하고 빨리 말함'(22.6%), '부정적 정보를 숨긴다고 생각'(20.9%) 順



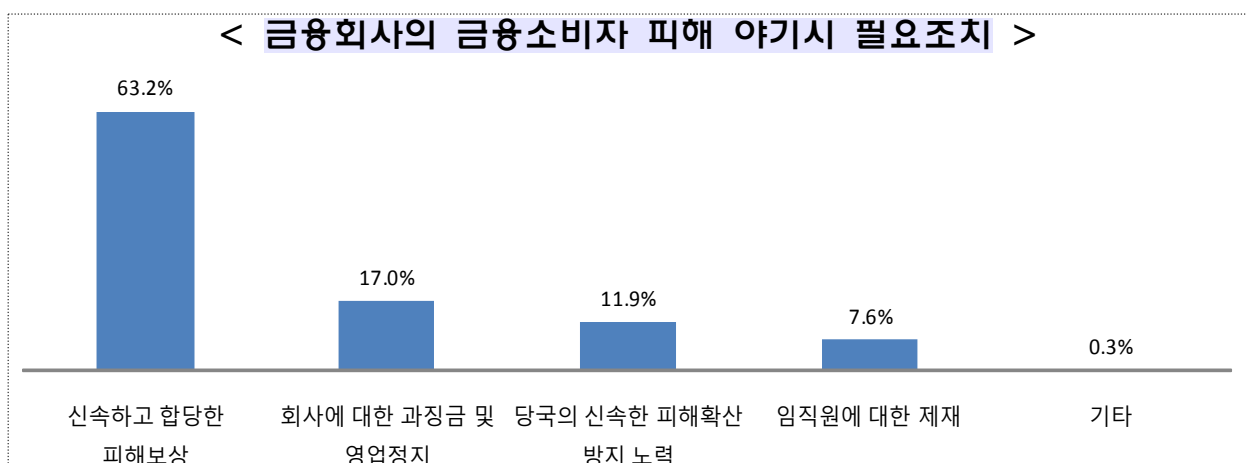
③ 불만족·불합리한 처우를 받은 경험 : 30.4%

- 응답자의 30.4%는 금융서비스나 상품을 이용하면서 불만족·불합리한 처우를 받은 적이 있는 것으로 조사됨
- 불만족·불합리한 처우시 대응으로 주로 '거래 중단'(39.5%)이나 '회사에 항의'(31.3%)를 한 것으로 나타났고, '아무 행동도 하지 않음'이 26.2%에 달하는 반면, '금감원 민원'(6.9%)은 비교적 소수



④ 소비자 피해 야기시 필요 조치사항 : 피해보상 63.2%

- 금융소비자에게 피해가 발생한 경우 '신속하고 합당한 피해보상'이 가장 필요하다는 응답이 63.2%로 대다수를 차지한 가운데,
 - '금융회사나 임직원 제재'(24.6%), '당국의 신속한 피해확산 방지 노력'(11.9%) 등 금융당국의 개입을 요구하는 의견도 상당수 존재



(3) 적합한 금융상품 선택 관련 필요사항에 대한 인식

① 적합한 금융상품 선택을 위해 필요한 것 : **약관·상품설명서 등**

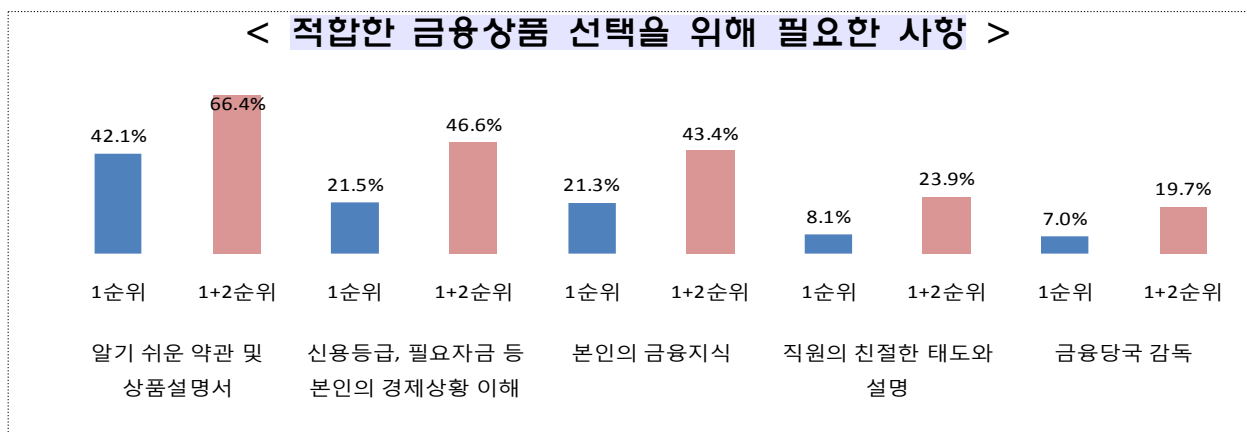
- 금융상품 선택을 위해 '알기 쉬운 약관·상품설명서'(66.4%)가 가장 필요한 것으로 조사되었으며 다음으로 '본인 신용등급·필요자금에 대한 이해'(46.6%), '금융지식'(43.4%) 등 順
- 한편, '약관·상품설명서가 너무 어려워서 불편하다'는 응답이 **88.6%**(매우 불편 40.3% + 약간 불편 48.3%)로 상당히 높은 수준

② 금융거래에 필요한 본인의 금융지식 정도 : **불충분하다 64.9%**

- 금융거래에 필요한 본인의 지식이 얼마나 된다고 생각하는지 묻는 질문에 대해 **충분하다**는 답변은 **35.1%**에 불과
- 금융회사 직원의 설명을 이해하는데 어려움이 있었다는 응답비율은 **56.0%** 수준이며 그 이유는 **약관 등의 내용이 너무 많고**(37.0%), **어렵기 때문**(34.9%)인 것으로 주로 응답

③ 금융상품 선택시 정보 획득경로 : **금융회사 방문·상담 56.2%**

- 금융상품 관련 정보를 얻는 경로는 '금융회사 지점 방문·상담' 56.2%, '지인 활용'(34.5%), '금융회사 홈페이지 활용(32.5%)' 등 順
- 한편, 전체 응답자의 **59.9%**는 상품 선택시 '정보의 진위확인이 어려워서'(28.3%) '정보획득에 어려움이 있었다'고 응답



⇒ 소비자에게는 '보다 쉽고 단순하고 핵심적'인 정보를 제공해 줄 수 있는 **약관·상품설명서**를 가장 필요로 하는 것으로 드러남

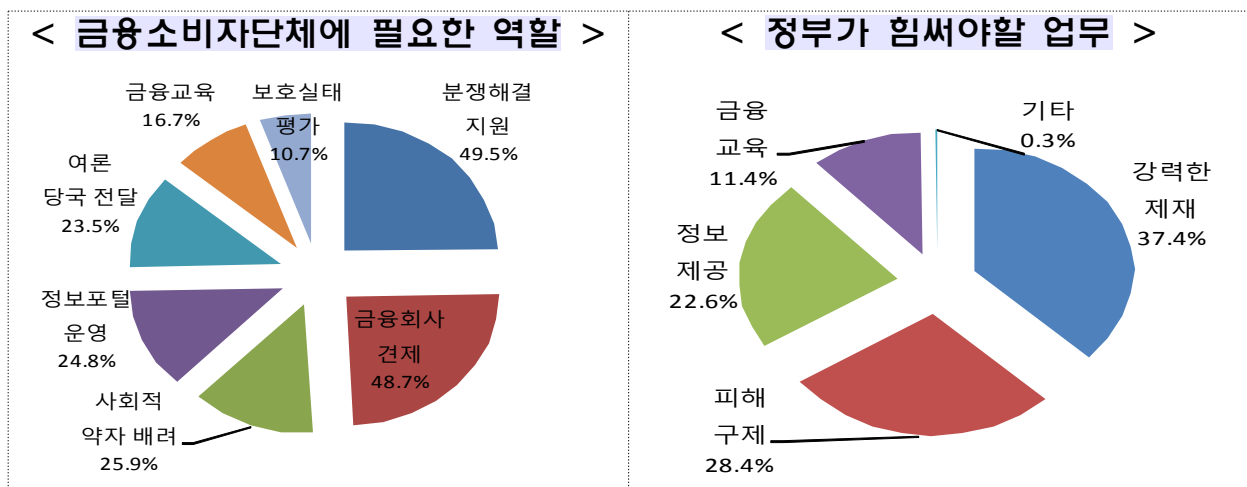
(4) 금융소비자 보호 지원체계 관련

① 금융소비자단체에게 요구되는 역할 : 분쟁해결 지원 49.5%

- 소비자단체 역할에 대해서는 '금융회사와의 분쟁해결 지원'(49.5%), '금융회사 견제'(48.7%), '사회적 약자 배려'(25.9%) 등 順으로 기대

② 정부가 힘써야 할 업무 : 강력한 제재 37.4%

- 정부에 기대하는 바로는 '강력한 제재'(37.4%)가 가장 많았고 '적극적 피해구제'(28.4%), '정보제공'(22.6%), '금융교육'(11.4%) 順



3 평가 및 시사점

□ 일반 국민의 금융소비자 보호에 대한 만족도는 낮은 것으로 확인

- 금융상품 선택시 중요한 약관·상품설명서가 분량이 너무 많고 난해하여 도움이 되지 못하고, 소비자가 합리적 선택을 위해 갖추어야 할 금융지식도 부족하다고 인식
- 금융회사가 상품을 판매한 이후에는 고객에 대해 신경을 쓰지 않고 책임도 지지 않으려는 경향이 있다고 생각
- 불합리한 처우 발생시 민원 보다는 거래 중단이나 아무 행동도 하지 않는 경우가 많아, 실제 민원수 보다 내재된 불만이 더 많을 소지
- 금융당국에 대해 피해발생에 따른 제재, 피해확산 방지노력 등을 요구하고 있으나, 금융당국의 소비자 보호노력이 부족하다는 평가

□ 이번 조사는 앞으로 소비자가 적합한 금융상품을 선택할 수 있는 환경을 적극 조성하는 가운데, '금융회사-보호인프라-금융당국'을 망라하는 종합적인 정책 마련이 필요하다는 점을 시사

- ① (소비자의 금융상품 선택 관련) 약관·광고 개선 등을 통해 소비자가 가장 적합한 상품을 고를 수 있는 금융환경 조성
- ② (금융회사) 금융상품 판매절차 등 서비스 전반에 걸쳐 소비자 친화적인 내부통제 구축 → 금융회사에 대한 신뢰 회복 추진
- ③ (보호인프라) 소비자 입장에서 금융회사를 견제하고 정보제공·교육·연구 등을 수행하는 소비자단체 등 보호인프라 구축
- ④ (금융당국) 불합리한 금융관행·규제 개선 등 현장의 변화를 견인하는 한편, 소비자보호 감독 및 사후구제에도 만전을 기할 필요

4 향후 계획

□ 금융소비자 보호 관련 제도적 기반 마련을 위한 「금융소비자 보호법」이 조속한 시일 내에 제정될 수 있도록 적극 노력

※ 「금융소비자보호법」(案) 주요 내용

- 판매행위 원칙*을 원칙적으로 쏠금융상품으로 확대하여 규제공백을 최소화하고, 징벌적 과징금 등 위반시 제재를 강화하여 실효성 제고
 - * 적합성·적정성 원칙, 설명의무, 불공정거래행위·부당권유행위 금지, 광고규제 등
- 청약철회권을 확대하고, 판매제한명령권, 분쟁조정 관련 조정이탈금지제도 등을 도입하여 소비자 선택권 확대 및 피해예방·사후구제 강화
- 관계부처 합동 '금융소비자정책위', '금융교육협의회' 법제화 등 인프라를 확충하고, 대출모집인의 법상 감독대상 포함 등 제도 정비

□ 아울러, 「금소법」 제정과 별개로 현장에서 소비자 보호가 보다 잘될 수 있도록 소프트웨어 측면을 개선하기 위해 '금융소비자 T/F'(사무처장 주재)과 '금융교육 T/F'(소비자국장 주재) 운영중('18.12월~)

⇒ T/F의 내실있는 논의를 바탕으로 '금융소비자 보호 종합방안' 및 '금융교육 기본계획' 마련 예정(☞ '19.1분기중)

참 고

금융서비스 이용시 불편사항 (n=2,194, 단위 : %)

