
 금융위원회	<h1>보도자료</h1>				 금융감독원
보도		'19.7.12(금) 조간부터 보도 가능		배포	2019.7.11.(목)
책 임 자	금융위 금융소비자정책과장 김 기 한(02-2100-2630)		담 당 자	류성재 사무관(02-2100-2632)	
	금감원 소비자보호총괄국장 오 홍 주(02-3145-5700)			김성균 팀 장(02-3145-5702)	

제 목 : 「금융소비자 보호 모범기준」 개정 추진

**“금융회사가 스스로 소비자 보호를 위해 적극적으로
노력할 수 있도록 제도적 인프라를 조성하겠습니다”**

1. CEO가 소비자 보호에 보다 관심을 갖도록 하고, 소비자보호 총괄책임자(CCO)의 독립성 및 권한을 강화하여 금융회사의 소비자 보호 내실화
2. 금융회사에 대한 ‘금융소비자 중심 경영인증제’를 도입하여 소비자 친화적 경영을 유도하고 ‘금융소비자 만족도 평가’를 정기적으로 실시
3. 소비자가 본인의 권리나 부담사항을 미처 인지하지 못해 발생하는 불이익이 없도록 소비자의 권리·부담사항을 수시·정기적으로 고지

I. 추진 배경

- ☐ 민간 전문가를 중심으로 금융회사 내 소비자 보호체계·기능 강화를 위한 적극적인 제도 개선 필요성이 제기되어 왔으며,

< 금융소비자T/F('18.12월~'19.3월) 주요 의견 >

- ① CEO가 ‘금융소비자 보호협의회’의 의장(현재 CCO)을 겸하도록 하는 등 소비자 보호 이슈에 대한 CEO의 관심 제고 필요
- ② 금융회사 지배구조를 보다 소비자 친화적으로 개선하는 방안 강구 필요
→ 준법감시인과 별도의 CCO를 임명하여 독립성 제고
- ③ 금융회사에 대한 ‘금융소비자중심 경영인증’ 제도 도입 등

- ☐ 이에, 4월중 발표한 ‘금융소비자 보호 종합방안’에 금융회사 내 소비자 보호체계 구축 및 기능 강화 등의 과제를 포함

⇒ 동 과제 이행을 위해 ‘금융소비자 보호 모범기준’ 개정 추진

Ⅱ. 주요 개정사항

1 금융회사 내부관리 개선

가. 소비자 보호를 위한 CEO 역할 강화

(1) 현 황

- 모범규준상 소비자 보호를 위한 CEO 역할*이 추상적인 수준에 그치고 있어, CEO가 소비자 보호에 관심을 가질 수 있는 환경이 조성되어 있지 않다는 지적

* (모범규준 상 CEO의 소비자 보호 관련 역할) 소비자 권익침해 발생 또는 발생 우려시 필요한 제반사항 수행·지원, 소비자 피해예방 및 구제

(2) 개정안(제11조)

- 소비자 보호에 대한 CEO의 관심을 환기할 수 있도록 원칙적으로 CEO가 '금융소비자보호협의회' 의장을 맡도록 함

* 소비자보호 정책방향 및 기본계획, 관련 제도 개선사항, 소비자보호 총괄 부서와 상품개발·영업 등 관련 부서간 협의·조정 등을 위해 CCO가 운영중

- 다만, 소비자 보호 수준이 양호한 회사 등에 대해서는 현행과 같이 CCO가 금융소비자보호협의회를 운영할 수 있도록 예외 허용

- ① '금융소비자보호 실태평가' 결과 종합등급 '양호' 이상을 받은 회사, '금융소비자 중심 경영인증'을 받은 회사

* 금년 평가부터 5단계의 종합등급 부여 예정 → “우수-양호-보통-미흡-취약”

- ② 임원급의 전담 CCO를 선임하고 있는 회사(다만, 종합등급 '미흡' 이하인 회사 제외)

☞ 다만, 경영인증 부여는 내년 실태평가시부터 시행되는 만큼 CEO의 금융 소비자보호협의회 의장 겸임 의무화는 경영인증제 시행 후부터 적용 예정

나. 금융소비자보호협의회 기능 강화

(1) 현 황

□ 소비자 이슈에 대한 부서간 협의·조정 등을 위해 ‘금융소비자 보호협의회’를 설치·운영하고 있으나,

- 소비자 보호 관련 주요 이슈에 대한 논의·의결보다는 단순 업무협의 또는 정보교류 안전* 위주로 회의가 개최·운영되고,

* 월별 민원 증감 분석 및 VOC(고객의소리) 동향을 통한 민원 감축 논의, 민원 제기사항에 대한 업무 프로세스 개선 등

- 소비자 보호 관점의 제도 개선도 홈페이지상 단순 기능 개선, 조회기능 확대 등 웹상 이용 편의성 증가 수준에 그치는 경향

⇒ ‘전사적 시각에서의 소비자보호 이슈 조정·대응’이라는 동 협의회 역할·기능을 제대로 수행하지 못하고 있다는 지적

(2) 개정안(제11조 각호 추가)

□ ‘금융소비자보호협의회’가 소비자 보호 이슈에 대한 전사적 관리·강화를 적극 도모할 수 있도록 관련 업무·기능 확대

- ‘소비자 보호실태 자체점검’, ‘신상품 출시 前 소비자 영향분석’, ‘상품설명서 제·개정안 사전검토’, ‘광고 심의결과 검토’, ‘상품판매 후 모니터링 총괄’ 기능 추가

- 동 협의회 개최 결과를 정기적으로 이사회에 보고하도록 함
→ 전사적 차원의 관리 강화 유도

다. CCO 독립성 제고

(1) 현 황

□ 모범규준은 임원급의 독립적인 CCO를 두되, 회사 규모 등을 감안하여 예외적으로 준법감시인의 겸직을 허용하고 있으나,

- ① 모범규준상 준법감시인을 겸직할 수 있는 기준이 명확하지 않아, 대형 금융회사에서도 준법감시인을 겸직하는 경우가 있고,
- ② 준법감시인 外 영업 관련 직위와의 겸직사례도 있어 독립성 부족으로 인한 이해상충이 발생하거나, 본연의 업무에 소홀하기 쉽고, 전문성도 부족할 소지

< 금융회사 CCO의 타 직위 겸직 현황('18.9월말 기준) >

총 재직 CCO	겸직	준법감시인 겸직	기타직위 겸직	비겸직
66*	50	28	22	16

* '17년 금융소비자 보호 실태평가 대상회사 기준

(2) 개정안(제4조 개정)

□ 독립적인 CCO 임명 대상 금융회사 기준을 명확히 제시하는 한편, 동 의무 이행 여부를 실태평가시 반영하여 이행 유도

- ① 자산규모와 민원발생 빈도를 고려하여 독립적인 CCO를 선임해야 하는 금융회사에 대한 명확한 기준 제시
 - i) 일정 자산 이상(은행·증권·보험 10조원 / 카드·저축은행 5조원) &
 - ii) 민원건수 비중이 해당 권역내 4% 이상
- ② 독립적 CCO 선임 의무 위반, 준법감시인 外 임원이 CCO를 겸직한 경우에는 '금융소비자 보호 실태평가'시 종합등급을 1단계 하향 조정

라. CCO·소비자보호 총괄부서 권한 강화 및 기능 확대

(1) 현 황

- CCO와 소비자보호 총괄부서(이하, CCO 등)의 권한 및 기능이 제한적임에 따라 실효성있는 소비자 보호에 한계가 있다는 지적

< CCO 등의 권한·기능 >

CCO	소비자보호 총괄부서
1. 금융소비자보호 총괄부서 총괄	1. 관련 부서에 대한 제도개선 요구
2. 소비자보호 관련 제도 기획·개선	2. 민원예방 및 소비자보호 관련 교육
3. 상품단계별(개발·판매·사후관리) 관리·감독	3. 고객불만 파악·대응 및 민원처리
4. 민원접수 및 처리 관련 관리·감독	4. 민원평가 실시 및 관련부서 피드백
5. 관계부서간 피드백 업무 총괄	5. 불완전판매 유발직원 지정·관리
6. 대·내외 교육 프로그램 개발·운영	6. 민원처리 관련 자료 요구, 임점조사 등

(2) 개정안(제5조·제8조·제9조 개정)

- CCO 등의 소비자 보호 관련 권한 확충 및 기능 내실화 추진
→ 금융회사의 소비자 보호 업무 전반에 대해 영향력 강화

- ① CCO 등이 '상품개발-영업-계약-사후관리' 등 업무 전반에서 발생할 수 있는 소비자 피해 가능성에 대해서도 점검·관리토록 함
- ② CCO 등이 관련 부서에 대해 소비자 보호를 위한 제도개선 요구시 해당 부서는 원칙적으로 당해 요구에 응하도록 하고, 불응할 경우 '금융소비자보호협의회'를 통해 불응사유 소명
- ③ 금융회사가 해당 업권별 협회에 광고 심의를 요청하기 전에 CCO와 협의하여 광고내용을 사전검토토록 함
- ④ 소비자 보호 내규 위반 및 중대한 소비자 피해 우려시 CCO 등의 조사(자료제출 요구·임직원 출석요청·임점조사) 후 이사회에 결과보고

(1) 현 황

□ 민원건수 또는 영업규모가 일정 수준 이상인 금융회사를 대상으로 '금융소비자 보호 실태평가'를 실시하고 있으나,

○ 평가결과가 우수한 회사의 경우 공정위에서 별도의 인증*을 부여받는 경우도 있어, 실태평가와 인증절차의 이중부담 소지

* (공정위) 기업활동을 소비자 관점에서 재구성하고 지속적으로 개선하고 있는지 평가하여 '소비자중심경영인증' 부여(금융회사 중 NH 등 16개 회사 인증)

[현행 금융소비자 보호 실태평가 대상 기준]

- ① (은행·보험·여전) 권역내 해당 회사의 민원건수 또는 영업규모가 1% 이상인 경우 또는 민원건수가 30건을 초과한 경우
- ② (금투·저축) 해당 회사의 민원건수와 영업규모가 동 권역내 비중이 각각 2% 이상인 경우(저축은행의 경우 총자산 1조원 이상인 회사에 한함)

□ 금감원이 직접 평가하지 않는 금융회사는 외부평가 없이 자율평가만 가능 → 소비자보호 체계 개선 유인이 부족

(2) 개정안(제33조의2 신설)

□ 인증을 위한 이중 부담을 없애고, 자율평가 대상회사도 희망시 외부평가를 받을 수 있도록 '금융소비자 중심 경영인증' 제도 도입

○ (실태평가 대상회사) 금감원 실태평가 결과 종합등급이 일정 등급(예: '우수') 이상인 금융회사에 대해 '경영인증'을 부여하는 방안 검토

○ (자율평가 대상회사) 소비자 보호 관련 대외인지도 제고 등의 기회로 활용할 수 있도록 희망시 평가후 '경영인증' 부여

- 금융회사가 검증을 희망하는 경우 금감원에서 검증 결과, 실태평가 종합등급이 일정등급(예: '우수') 이상 등급에 해당시 인증 부여

- 인증의 효력은 2년(희망시 재인증)으로 하되, 소비자보호 관련 법규 위반으로 기관경고 이상 조치 등의 경우에는 인증 취소

(1) 현 황

- 현행 '실태평가*'는 금융회사에 대한 Top-down 평가로서, 금융회사의 소비자 보호 관련 별도의 소비자 인식 조사제도는 부재

* 소비자 만족도에 관해서는 계량적인 민원·소송건수 파악에 그치는 수준

- ⇒ 현행 제도하에서는 실태평가와 현장에서의 소비자 인식간에 괴리가 발생할 수 있으며, 소비자 입장을 충실히 반영하기 곤란

- ('17년 금융소비자 보호실태 평가) '상품 판매과정에서의 소비자 보호체계'가 양호하다고 평가된 회사는 71.2%로 비교적 높은 수준
- ('15년 금융소비자 인식 설문조사) 소비자는 금융회사들이 소비자 중심의 영업을 하지 않고(58.2%), 공정한 대우도 받고 있지 않다(65.1%)고 평가

(2) 개정안(제33조의3 신설)

- 금융회사와 금융당국의 소비자 보호실태 및 정책적 노력 등과 관련한 소비자 만족도 측면에 대한 평가 도입근거 마련

- 취약계층(장애인·고령층 등) 보호, 판매행위 원칙(적합성·적정성·설명 의무) 구현, 광고에 대한 인식, 직원 전문성·친절성, 소비자 보호 관련 정책 만족도 등을 소비자가 직접 평가

- ⇒ 소비자 눈높이에서 미흡한 부분을 면밀히 확인하여 개선방안을 모색함과 동시에, 금융소비자 보호 실태평가 결과와 소비자 만족도 평가결과를 Cross-check하여 평가모델 개편시 반영

(1) 현 황

- ① 금리인하요구권, 보험의 보장범위 등 소비자의 권리에 관한 사항과 거래 중지나 보험계약 실효 등 소비자에게 부담이 되는 사항에 대한 정기적 고지 제도가 부재

⇒ 계약체결 이후 필요시 본인의 권리·의무사항을 인지하지 못해 소비자 권익이 훼손될 우려

- ② 금융상품을 계약하는 단계에서 약관이나 상품설명서를 통해 분쟁 조정 제도에 대하여 실무적으로 안내하고 있으나,

○ 상품 이용 중 분쟁조정이 필요한 경우 동 제도를 알리는 절차 부재 → 소비자가 제도를 몰라 이용하지 못할 가능성 상존

(2) 개정안(제26조 개정, 제30조의1 신설)

- ① 금융소비자의 권리 및 부담사항*에 대해서 소비자에게 수시·정기적으로 고지토록 의무화

* 대출 등 거래조건 변경 관련 정보(은행), 보험금 지급·심사·보상 관련 업무(보험), 거래결과보고서 제공(증권), 카드부가서비스 변경(여전) 등

○ 고지대상 정보의 범위 및 고지방법 등에 대해서는 금융소비자 보호협의회에서 결정

- ② 금융회사에서 소비자에 대해 민원결과 통지시 분쟁조정 절차와 방법에 대해서도 안내하도록 의무화

- ☐ 금융상품 판매 이후에도 소비자의 권익 및 재산 보호를 위해 금융회사가 신의성실 원칙에 따라 필요한 상품 내용을 적극 안내하는 등 노력하도록 규정(제28조 제2항 신설)

* 금융회사의 정보제공 의무 강화, 소비자 청구권 보호, 적극적 분쟁조정 등 상품 판매 이후 금융회사의 모든 의무가 포함

- ☐ 상품 판매 후 소비자의 계약상 권리(금리인하요구권, 보험금 청구권 등) 행사시 청구된 내용을 신속·공정하게 처리될 수 있도록 업무 절차·기준 마련을 의무화(제28조 제2항 신설)

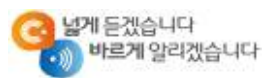
Ⅲ. 향후 추진계획

- ☐ ‘금융소비자 보호 모범기준’ 개정안 사전예고(‘19.7~8월)
- 개정안 사전예고기간(20일) 동안 각 금융업권(협회 등) 및 전문가 등의 의견 청취
- ☐ ‘금융소비자 보호 모범기준’ 개정 시행(‘19.9월 이후 예정)



본 자료를 인용 보도할 경우
출처를 표기해 주십시오.
<http://www.fsc.go.kr>

금융위원회 대 변 인
prfsc@korea.kr



“혁신금융, 더 많은 기회 함께하는 성장”

< 모범규준 기본 구조 >

- ① (금융소비자 보호조직) CCO 지정, 금융소비자보호 총괄부서 설치, 금융소비자보호협의회 운영 등 금융회사 조직 관련 사항
- ② (업무단계별 준수사항) 상품 기획·개발 - 판매 - 사후과정에 이르기까지 업무단계별 금융소비자 보호 관련 지침
- ③ (소비자 정보 제공) 금융회사 보관자료에 대한 접근권, 금융소비자보호실태평가, 정보공시 등 소비자 정보제공에 관한 사항

1. 금융소비자 보호 조직 설치(제2장)

- ① (CCO) 회사의 소비자 보호 제반업무를 총괄하는 독립적 지위의 '금융소비자보호 총괄책임자'(CCO; Chief Consumer Officer) 지정
 - 소비자 보호 관련 의사결정이 전사적 시각에서 효율적으로 이루어 지도록 임원 중 CCO를 지정하고 업무상 독립성 보장
 - ※ 자산규모 등을 고려하여 준법감시인에게 예외적으로 CCO 직무 수행 허용
- ② (총괄부서) 금융소비자 보호 업무를 전담하는 독립조직으로서 최고경영진 직속의 '금융소비자보호 총괄부서' 설치·운영
 - 타 부서에 대한 제도 개선요구, 민원 예방 및 관련 교육 등을 수행하고 민원처리 관련 자료제출 요구 및 조사권 등 보유
- ③ (업무전담자) 적정 규모의 '금융소비자보호업무전담자' 선발
 - '금융소비자보호 업무전담자'에 대해서는 교육기회 제공, 근무 평가시 가점, 우수직원 포상(표창, 해외연수) 등 인센티브 부여
- ④ (보호협의회) 소비자 보호 이슈를 종합적 시각에서 신속하고 효과적으로 조정하기 위하여 '금융소비자보호협의회' 설치
 - CCO가 주관하여 운영하고 회사의 소비자 보호 정책, 제도개선, 금융소비자보호 총괄부서와 영업부서간 협의 등 수행

2. 금융회사의 업무단계별 준수사항(제3장)

① (개발단계) 신상품 개발 및 마케팅 정책 수립시 주관 부서와 금융 소비자보호 총괄부서간 사전협의를 의무화

- 신상품 개발 단계에서 소비자에게 불리한 사항은 없는지 등을 진단하기 위한 '체크리스트' 마련
- 소비자 권익 침해 가능성이 있는 경우 소비자보호 총괄부서는 주관부서에 신상품 출시 및 마케팅 중단 등 요구 가능

② (판매단계) 불완전판매 방지, 고령자·장애인 소비자 보호, 성과·보상체계 등을 규율

- 불완전판매 방지를 위해 영업 및 마케팅 부서가 금융상품 판매 전·후에 지켜야 하는 판매 프로세스* 구축

* 예) 판매 前 : 금융상품 판매자에 대한 교육, 상품별 판매자격 기준 마련
판매 後 : 구매내용 이해 등 불완전판매 여부 점검, 재설명 절차 마련

- 고령 소비자(65세 이상) 보호를 위한 내부통제를 강화해야 하고, 장애인 소비자의 금융 접근성 제고를 위한 맞춤 서비스 제공
- 금융상품 판매직원과 소비자간 이해상충이 발생하지 않도록 성과평가·보상체계 개선 유도
 - CCO가 판매직원에게 대한 평가·보상구조가 적절히 설계되어 있는지 여부와 판매목표량의 적정성 등을 정기적으로 검토

③ (사후관리) 소비자 불만 및 불편사항의 근본적 해결을 위한 원스톱 민원관리 및 제도개선 시스템 구축

- '민원업무처리 규정 및 매뉴얼'을 작성·운영하여야 하며, CCO는 민원유형에 대한 심층분석을 통해 제도 개선 유도
- 금융소비자보호 총괄부서는 임직원의 소비자보호 충실 여부를 성과평가에 반영하는 평가도구를 마련하고 모니터링 총괄

3. 금융소비자에 대한 정보제공 강화(제4장)

- ① (정보제공 원칙) 금융회사는 소비자의 이해를 제고하기 위해 정보 제공시 정보전달의 적정성*, 정보의 시의성, 상품 설명의 충실성**을 확보하여야 함

* 정보는 객관적인 사실에 근거하여 간단·명료하게 작성되어야 하며, 금융회사 상호간 공정경쟁을 해치는 내용을 포함하여서는 안됨

** 상품별 주요 사항 및 필수 안내사항을 선정하여 상품설명서에 반영하여야 하며, 상품 권유시 선정된 정보를 제공할 것을 권장해야 함

- ② (접근권) 소비자의 금융회사 보관자료에 대한 열람·청취권 보장

- 금융회사가 보관중(기록·유지·관리)인 자료에 대해 열람·청취 요구시 금융회사가 일정기간 내에 이에 따를 의무 규정
- 다만, 열람·청취권의 오·남용 방지를 위해 분쟁조정·소송수행 등 권리 구제 및 그 준비를 위한 목적으로 권한 행사 제한

- ③ (금융소비자보호실태평가) 금감원 주관 '금융소비자보호 실태평가'를 통해 금융회사의 소비자 보호 수준을 종합적으로 평가

- 금융회사는 실태평가 결과를 반영하여 미흡사항을 개선하고 평가결과를 이사회 또는 경영위원회에 보고하여야 함
- 금융회사는 실태평가의 항목별 평가결과를 회사 홈페이지에 게시하고, 각 금융협회 홈페이지 공시화면에 연동

- ④ (정보공시) 금융회사 및 금융업협회 홈페이지 등에서의 소비자에게 필요한 정보공시 강화

- 회사는 소비자 보호체계(분쟁조정절차, 상품개발·판매행위준칙 등)와 소비자에게 유익한 정보(판례, 분쟁사례, 상품 유형별 민원현황) 등 공시
- 아울러, 협회에서 회사별 민원건수, 소송현황 등 소비자 보호 정보에 대한 비교공시를 할 수 있도록 근거 마련