

금융소비자보호 강화방안 모색

- 금융소비자보호법 제정 촉구를 위한 소비자단체 공동포럼

- 일시 2019년 4월 25일 (목) 오후 2시 - 4시
- 장소 국회의원회관 제7간담회실
- 주최 전재수 국회의원 (더불어민주당)
사단법인 소비자권익포럼
금융소비자네트워크

금융소비자보호 강화방안 모색

- 금융소비자보호법 제정 촉구를 위한 소비자단체 공동포럼 -

금융소비자보호법은 2010년 6월 법 제정방향이 제시된 이후 지난 8년 동안 14개 제정안이 발의돼 9개가 시한만료로 폐기된 바 있으며 현재 5개(의원발의안 4개, 금융위발의안 1개)가 국회 계류 중입니다.

금융소비자보호법은 금융소비자 보호정책을 일관되고 체계적으로 추진하기 위해 현재 여러 법률에 산재한 금융소비자 보호 제도를 포괄하여 규정하는 기본법적 성격을 가지는 법으로서 이번 국회에서도 금융소비자보호법이 제정되지 못한다면 이는 소비자 뿐 아니라 우리나라 금융산업을 위해서도 비극적인 일이 아닐 수 없습니다.

글로벌 금융위기 이후에도 금융산업의 불공정 불합리한 다양한 사건, 사고가 끊임없이 발생하고, 불완전판매로 인한 소비자피해가 지속적으로 증가하고 있는 우리나라의 금융시장은 급속하게 소비자 신뢰를 잃고 있습니다. 금융소비자보호법은 사업자에 대한 규제를 강화하고 소비자 피해를 예방하기 위한 목적을 넘어 금융시장에 대한 소비자신뢰를 끌어올리기 위한 노력의 시작입니다.

금융소비자보호법 제정의 의미를 짚어보고 금융소비자보호를 위한 향후 과제를 공유하는 자리를 마련하오니 오셔서 고견을 나누어 주시기 바랍니다.

■ 일시 : 2019년 4월 25일 (목) 오후 2시 - 4시

■ 장소 : 국회의원회관 제7간담회실

■ 주최 : 전재수 국회의원·(사)소비자권익포럼·금융소비자네트워크

금융소비자네트워크는 (사)녹색소비자연대 · (사)한국소비자연맹 · (사)소비자시민모임 · (사) 금융소비자연맹 · (사)금융과행복네트워크 · 주빌리은행 · 홈리스행동 해오름 · C&I소비자연구소가 연대하여 활동하고 있습니다

■ 프로그램 ■

사회 : 강성경 (금융소비자네트워크 사무총장)

■ 인사말씀

전재수 국회의원 (더불어민주당)

이성환 공동대표 (금융소비자네트워크, 녹색소비자연대)

이은영 이 사 장 (사)소비자권익포럼

■ 주제발표

발제1 금융소비자보호법 의미와 향후 발전방향

이규복 선임연구위원 (한국금융연구원 중소서민금융연구실)

발제2 금융소비자보호를 위한 정책과제

조윤미 운영위원장 (금융소비자네트워크)

■ 지정토론

좌장 이성환 공동대표 (금융소비자네트워크, 녹색소비자연대)

임은경 사무총장 (한국소비자단체협의회)

조대형 교수 (순천대 경제학과)

정운영 의장 (금융과행복네트워크)

한창희 교수 (국민대 법학과)

정지연 사무총장 (한국소비자연맹)

최준우 국장 (금융위원회 금융소비자국)

[주제발제]

금융소비자보호법 의미와 향후 발전 방향

이규복 박사

한국금융연구원 중소기업금융연구

금융소비자보호법 의미와 향후 발전 방향

한국금융연구원 중소서민금융연구실

이 규 복

* 본 발표자료는 발표자 개인의 의견이며 연구원의 공식적인 의견은 아닙니다.

목 차

- I. 금융소비자보호 강화의 필요성
- II. 금융소비자보호법(안) 내용 및 의미
- III. 결론 및 향후 발전 방향

목 차

- I. 금융소비자보호 강화의 필요성
- II. 금융소비자보호법(안) 내용 및 의미
- III. 결론 및 향후 발전 방향



I. 금융소비자보호 강화의 필요성(1)

◆금융소비자보호는 소비자와 금융회사간 힘의 불균형, 정보의 불균형 등이 존재하는 현실에서 금융소비자가 공정한 상황에서 합리적이고 올바른 결정을 최종적으로 할 수 있는 환경 제공

- 금융산업은 전통적으로 진입규제, 이해하기 어려운 상품구조, 장기적인 Principal agent 관계에서의 계약관계 등의 특성을 가진 산업으로 소비자보호가 특히 강조될 수 밖에 없는 산업

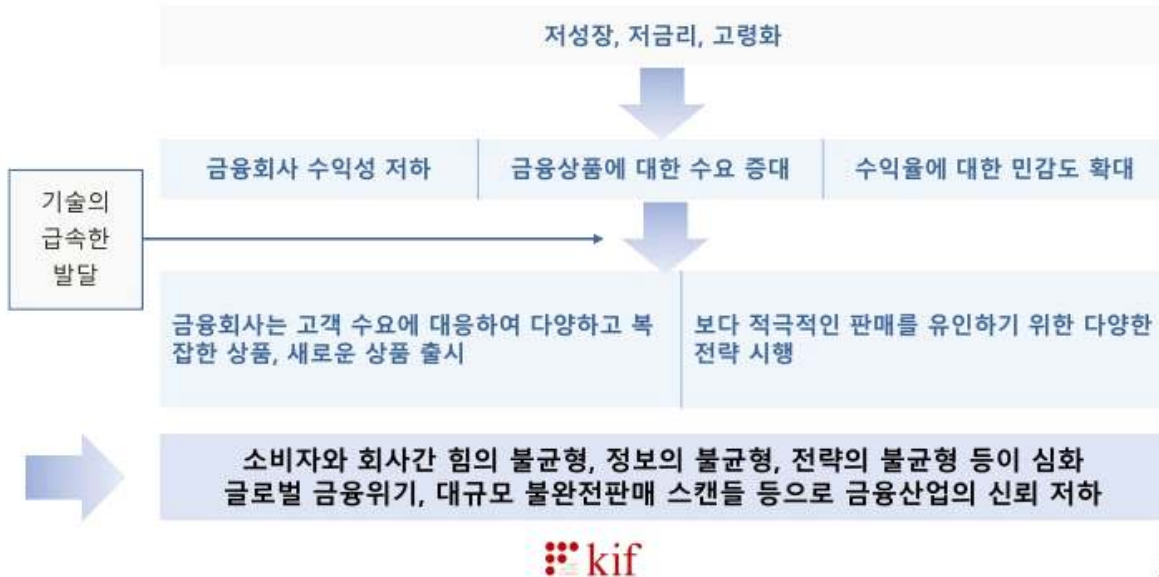


이러한 환경형성 전제 하에 금융소비자의 자기책임원칙 정립



I. 금융소비자보호 강화의 필요성(2)

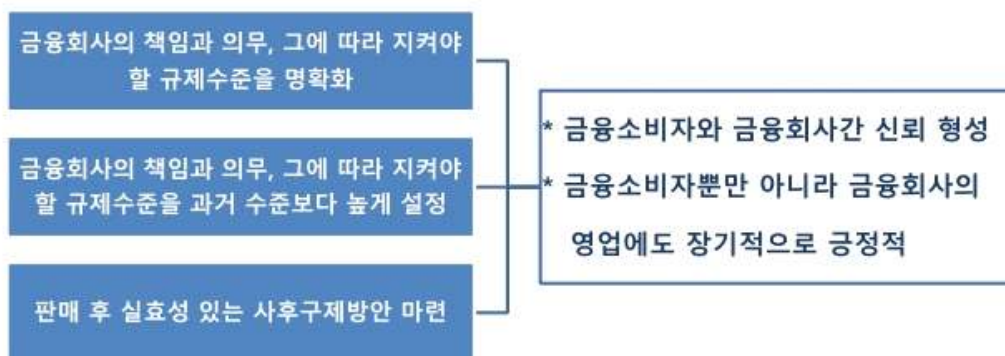
◆최근 금융환경의 변화에 따라 금융소비자보호 강화의 필요성 증대



2

I. 금융소비자보호 강화의 필요성(3)

◆국내외적인 금융소비자보호 강화 방향



◆우리나라에서는 금융소비자보호를 강화하기 위한 방안으로 금융소비자보호법 제정을 추진

kif

3

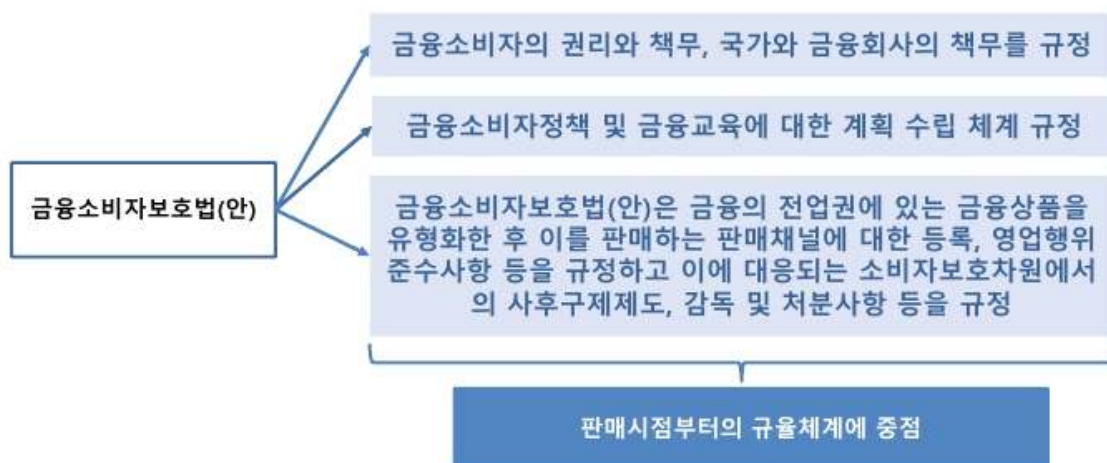
목 차

- I. 금융소비자보호 강화의 필요성
- II. 금융소비자보호법(안) 내용 및 의미
- III. 결론 및 향후 발전 방향



II. 금융소비자보호법(안) 개요

◆ 금융소비자보호법(안)은 전반적인 금융소비자보호 체계와 함께 판매시점부터의 규율체계를 정립



II. 금융소비자보호법(안) 경제주체간 권리와 책무

◆ 금융소비자의 권리가 실현되기 위한 책무 제시

금융소비자의 책무	금융소비자의 권리	금융상품판매업자등의 책무	국가의 책무
<ul style="list-style-type: none"> 1. 금융시장을 구성하는 주체임을 인식하여 금융상품을 올바르게 선택하고, 금융소비자의 권리를 정당하게 행사할 책임 2. 스스로의 권익을 증진하기 위하여 필요한 지식과 정보를 습득하도록 노력할 의무 	<ul style="list-style-type: none"> 1. (안전할 권리) 금융상품으로 인해 발생할 수 있는 재산상 손해로부터 보호받을 권리 2. (선택 및 정보를 제공받을 권리) 금융상품을 선택하고 소비하는 과정에서 필요한 지식 및 정보를 제공받을 권리 3. (의사를 반영시킬 권리) 금융소비생활에 영향을 주는 국가 및 지방자치단체의 정책에 대하여 의견을 반영시킬 권리 4. (보상을 받을 권리) 금융상품의 소비로 인하여 입은 피해에 대하여 신속·공정한 절차에 따라 적절한 보상을 받을 권리 5. (교육을 받을 권리) 합리적인 금융소비생활을 위하여 필요한 교육을 받을 권리 6. (단체조직 및 활동할 권리) 금융소비자 스스로의 권익을 증진하기 위하여 단체를 조직하고 이를 통하여 활동할 수 있는 권리 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 국가의 금융소비자 권익 증진 시책에 적극 협력할 책무 2. 금융상품을 제공하는 경우에 공정한 금융소비생활 환경을 조성하기 위하여 노력할 책무 3. 금융상품을 제공하는 경우에 금융소비자의 합리적인 선택이나 이익을 침해할 우려가 있는 거래 조건이나 거래방법을 사용하지 아닐 책무 4. 금융소비자에게 금융상품에 대한 정보를 성실하고 정확하게 제공할 책무 5. 금융소비자의 개인정보가 분실·도난·누출·위조·변조 또는 훼손되지 아니하도록 개인정보를 성실하게 취급할 책무 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 금융소비자 권익 증진을 위해 필요한 시책 수립 및 실시 2. 금융소비자 보호 관련 법령 제·개정 및 폐지 3. 필요한 행정조직의 정비 및 운영 개선 4. 금융소비자의 건전하고 자주적인 조직활동의 지원·육성



5

II. 금융소비자보호법(안) 금융소비자 정책 수립

◆ 금융소비자의 권익 보호 및 합리적 금융생활에 관한 기본적인 정책 결정

- 금융당국뿐만 아니라 관계부처 등도 참여 가능해지므로 보다 범정부적인 차원에서의 정책 수립 가능

FCA		CFPB
<ul style="list-style-type: none"> - Our vision for the Financial Conduct Authority : To make financial markets work well so consumers get a fair deal - Essentially, we will be looking for firms to base their business model, their culture, and how they run the business, on a foundation of fair treatment of customers... 	<p>(FCA's operational objectives)</p> <ul style="list-style-type: none"> - protect consumers – to secure an appropriate degree of protection for consumers - enhance market integrity – to protect and enhance the integrity of the UK financial system - promote competition – to promote effective competition in consumers' interests 	<ul style="list-style-type: none"> - We aim to make consumer financial markets work for consumers, responsible providers, and the economy as a whole. We protect consumers from unfair, deceptive, or abusive practices and take action against companies that break the law. We arm people with the information, steps, and tools that they need to make smart financial decisions.



6

<참고> 영국 FCA가 제시한 주요한 경쟁의 선순환 구조

◆ 소비자보호정책은 경쟁 촉진을 통한 실현

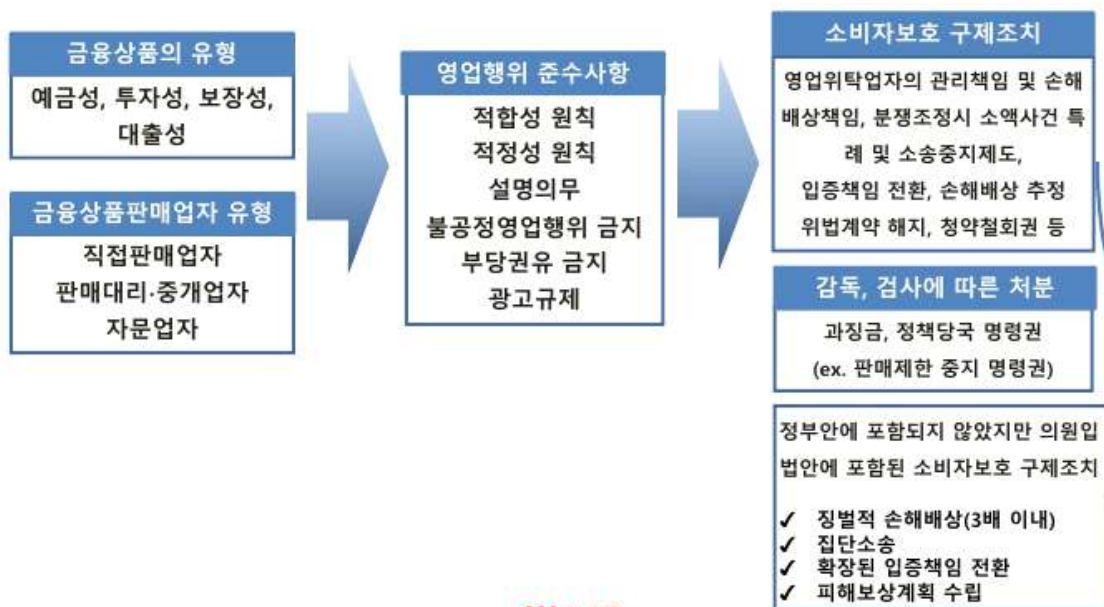
- 경쟁이란 혁신적인 아이디어가 있는 기업이 시장에 진입하고, 진입에 성공한 기업들이 성장하며, 성공하지 못한 기업은 퇴출되는 생태계에서 고객을 확보하기 위해 노력하는 것을 의미



7

II. 금융소비자보호법(안) 판매시점 이후 규율체계

◆ 판매시점 이후의 규율체계



Ⅱ. 금융소비자보호법(안) 판매시점 이후 규율체계

◆금융상품 및 판매업자 유형 구분

구 분	개 념	대 상(예시)
예금성	은행 예금과 같이 이자수익이 발생하는 금융상품으로서 원금보장이 되는 상품	예적금 등
투자성	펀드와 같이 투자수익이 발생하는 금융상품으로서 원금이 보장되지 않는 상품	펀드 등 금융투자상품, 신탁상품
보장성	보험상품과 같이 장기간 보험료 납입후 정래 보험사고 발생시 보험금을 지급 받는 금융상품	보험상품 등
대출성	대출과 같이 먼저 금융회사 등에서 금전을 빌려 사용 후 원금과 이자를 상환하는 금융상품	대출상품, 신용카드 등

자료: 안수현(2017)

금융상품판매업자 유형

구 분	개 념	대 상(예시)
직접 판매업자	대리중개업자를 거치지 않고 금융소비자에게 직접 금융상품을 판매	은행, 보험사, 저축은행 등 금융법상 금융회사 등
판매대리중개업자	금융회사와 금융소비자의 중간에서 금융상품 판매를 중개하거나 금융회사의 위탁을 받아 판매를 대리하는 자	투자권유대행인, 보험설계중개사, 보험대리점, 카드대출모집인 등
자문업자	금융소비자가 본인에게 적합한 상품을 구매할 수 있도록 자문을 제공	투자자문업자

자료: 안수현(2017)

- 금융상품 및 그 판매행위를 금융소비자 입장에서 재분류·체계화
- 동일한 기능을 가진 금융상품의 판매에 대해 동일한 규제
- 나아가 다른 기능을 가진 금융상품판매채널에 대해서는 차별화된 규제



9

Ⅱ. 금융소비자보호법(안) 판매시점 이후 규율체계

◆금융상품 판매채널별 책임과 의무 수준 명확화

금융상품판매업자 유형			
내용적 구분	금융상품직접판매 및 판매대리중개업자		금융상품자문업자
	-	Risky 상품	독립금융상품 자문업자
	신의성실의무 적합성원칙		신의성실의무 (자본시장법의 적용을 받는 금융투자상품 취급시에는 선관주의, 충실의무가 적용) 및 적합성원칙
형식적 구분	직접·대리와 중개의 구분 가능		겸영겸직금지, 수수료 수취금지

- 의무의 수준: 신의성실의무<적합성원칙<선관주의, 충실의무

금융상품판매업자 유형		
구 분	내 용	대상 상품
① 적합성 원칙	금융소비자 재산상황 등에 비추어 부적합한 상품의 구매권유 금지	모든 유형 (예금성·보장성 상품은 일부)
② 적정성 원칙	금융소비자가 자발적으로 구매하려는 상품이 해당 소비자의 재산상황 등에 비추어 적정하지 않을 경우 고지의무	대출성·투자성·보장성 상품 일부
③ 설명의무	금융소비자가 반드시 알아야 할 상품의 주요내용을 설명	모든 유형
④ 공정영업행위금지	소비자의 의사에 반하여 다른 상품 계약강요, 부당한 담보요구, 부당한 권익 요구 등 금지	대출성상품 등
⑤ 부담권유금지	단정적 판단 또는 허위사실 제공 등 금지	모든 유형
⑥ 광고규제	금융상품 광고시 필수포함 / 금지행위 규제	모든 유형

자료: 안수현(2017), 금융위원회
보도자료 재인용



10

Ⅱ. 금융소비자보호법(안) 판매시점 이후 규율체계

◆영업행위 규제 확대

적합성의 원칙

- 적합성 원칙이 적용되는 상품의 범위가 확대될 뿐만 아니라 적합성 원칙이 엄격히 적용
- 투자성 상품에 한정되어 형식적으로 운영되던 적합성 원칙이 여타 상품으로 확대되며 내용도 보다 실질화될 것으로 기대

설명 의무

- 현재 상품에 대한 설명의무, 제조사에서의 설명의무가 주로 적용되고 있는데 판매자에 대한 설명의무 추가(판매 수수료 등 판매자의 이해상충 관련 설명의무 강화 기대)
- 판매채널 등의 차이가 소비자입장에서 비교가능하도록 설명할 의무 추가

광고규제

- 금융상품 등에 관한 광고를 하는 경우에는 금융소비자가 금융상품의 내용을 오해하지 아니하도록 명확하고 공정하게 전달해야 함이 명시
- 금융상품대리중개업자 등이 업무광고를 하는 부분에 대한 규제 강화 기대



11

Ⅱ. 금융소비자보호법(안) 판매시점 이후 규율체계

◆소비자구제조치 강화

- 금융소비자의 불완전 구매 발생 가능성을 사전에 예방

청약철회권

- 일반금융소비자가 금융상품 또는 자문계약을 체결한 이후 일정 기간 이내에 계약을 철회할 수 있는 권리

판매제한명령권

- 금융상품으로 인하여 금융소비자의 재산상 현저한 피해가 발생할 우려가 있다고 명백히 인정되는 경우 금융당국이 해당 금융상품을 판매하는 금융상품판매업자에게 해당 금융상품 계약 체결의 권유 금지 또는 계약 체결의 제한·금지를 명령할 수 있는 제도

→ 판매제한명령권은 영국의 (일시)상품 개입(Temporary Product intervention) 권한을 토대로 명시된 조항인 것으로 추측

- 영국의 (일시)상품 개입 권한은 금융상품의 개발단계부터 판매 후 소비자피해 발생 이전단계에 당국이 개입하여 상품의 내용·판매전략 등을 수정하여 판매토록 하거나 판매를 금지시킬 수 있는 제도
- 기존 규제가 주로 '판매 시점'이나 '판매 후' 발생된 소비자피해에 따른 제재에 중점이 있는 반면, (일시)상품 개입은 개발, 유통 등 '판매 이전' 또는 '판매 초기' 단계에 초점을 맞추어 사전에 불완전판매 발생을 예방하기 위한 제도
- 특히 영국은 일반적으로 개입이 이루어지려면 여론 수렴(consultation)이나 진술서(statement) 작성 등으로 인해 상당기간이 소요되는데, 긴급한 상품개입의 경우 한시적으로 즉시 개입할 수 있는 예외를 인정(temporary product intervention)함으로써 금융상품의 생애주기 초기에 개입한다는 상품 개입 규정의 도입 취지를 살림.

➢ 영국의 사례를 감안하고 금번 제도 도입의 취지를 감안할 때 투명한 절차 하에서 적극적으로 개입하겠다는 의지를 보인다면 금융회사들의 판매행태에 선제적으로 영향을 줄 가능성



12

Ⅱ. 금융소비자보호법(안) 판매시점 이후 규율체계

◆ 소비자구제조치 강화

• 금융소비자 사후 구제 및 금융회사 불완전판매 재발억제

소비자 정보 제공권

- 금융상품판매업자 등 모두에게 업무와 관련된 자료를 일정 기간 보관하게 하고 보관자료에 대하여 소비자가 접근할 수 있는 권리를 명시함으로써 금융회사의 자료를 소비자가 권리구제에 이용할 수 있는 체계 마련

분쟁조정 실효성 제고

- 분쟁조정과정에서 금융회사가 소를 제기하는 경우 법원이 해당 소송을 중지할 수 있는 소송중지제도와 일정 금액이하 소액사건에 대해서는 분쟁조정 절차가 완료될 때까지 소를 제기할 수 없게 금지하는 조정이탈금지제도 도입

위법계약 해지권

- 금융회사가 영업행위 규제를 위반한 경우 일정기간 이내에 해당 계약의 해지를 요구할 수 있는 권리

손해배상시 입증 책임 전환

- 현재 정부입법안의 경우에는 적합성 적정성 원칙, 설명의무 위반에 대한 손해배상 청구시 금융상품업자 등이 고의, 과실 등을 입증하도록 입증책임을 전환

징벌적 과징금

- 영업행위 규제 위반시 금융회사 등이 해당 위반행위로 인해 얻은 수입의 50%까지 과징금을 부과



13

Ⅱ. 금융소비자보호법(안) 판매시점 이후 규율체계

◆ 정부입법안에서는 제외되었던 소비자구제제도

집단소송

- 대표당사자 소송 수행시 판결의 효력이 소를 제기하지 않은 구성원에게도 동일하게 미치는 소송제도
- 현재 금융뿐만 아니라 보다 확대된 집단소송제 논의가 진행되고 있음에 유의할 필요

징벌적 손해배상제도

- 법률위반에 따른 손해 발생시 손해배상액을 손해액의 3배 이내에서 정할 수 있도록 하는 제도

입증책임 전환 대상 확대

- 정부입법안에는 입증책임 전환 대상을 적합성 적정성 원칙, 설명의무 등으로 제한하고 있지만 의원입법안 중에는 보다 광범위한 대상에 대하여 입증책임을 전환하는 방안을 제시한 법안들 존재

피해보상계획 수립

- 영업행위규제를 광범위하고 지속적으로 위반한 회사에 대하여 금융당국이 해당 기간 동안의 영업행위를 스스로 조사하여 문제를 파악하고 피해를 본 소비자에게 적절한 보상 및 조치를 취하게 하는 제도

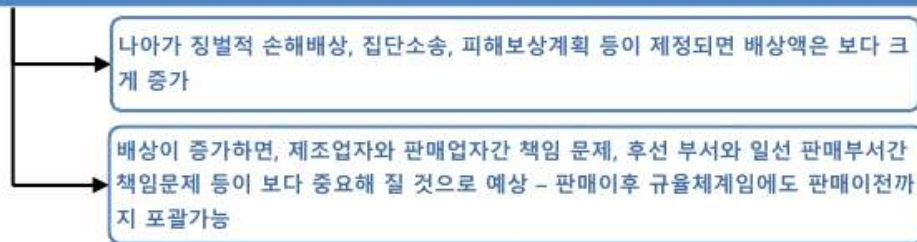


14

Ⅱ. 금융소비자보호법(안) 판매시점 이후 규율체계

◆영업행위 준수사항 위배가 검사 및 징계뿐만 아니라 실질적인 손해배상으로 이어지는 경향 강화

금융소비자의 정보 접근성이 확대되고 입증책임이 전환되면 불완전판매 관련 손해 배상이 활성화



상품 제조 및 판매과정에서의 역할

개발단계	판매전략수립단계	판매단계	판매후단계
상품 특징, 상품구조 기대성과 및 위험 수준 가격 등을 개발	판매대상시장, 적정 고객층 식별 마케팅 / 홍보 전략 수립	적합성 및 적정성 설명의무 등 준수하여 판매	상품 모니터링 Ongoing Service 제공 민원처리



15

목 차

- I. 금융소비자보호 강화의 필요성
- II. 금융소비자보호법(안) 내용 및 의미
- III. 결론 및 향후 발전 방향



Ⅲ. 결론 및 향후 발전 방향

경제 및 금융환경의 변화와 함께 다양한 금융소비자의 니즈를 충족 시킴과 동시에 금융소비자보호를 강화할 필요성은 지속적으로 증대

금융소비자들이 다양한 니즈에 따라 선택할 수 있는 다양한 상품 및 서비스 제공

공정한 상황에서 금융소비자들이 합리적이고 올바른 결정을 최종적으로 할 수 있는 환경 조성



금융소비자들이 금융회사에 대한 신뢰를 가지고 있어야 다양한 금융상품 및 서비스를 이용



17

Ⅲ. 결론 및 향후 발전 방향

◆영업행위에 대한 금융소비자 보호 개선 작업은 수많은 판매업자들과 소비자간의 접점에서 발생하는 행위의 질을 높이는 작업으로 정착까지 장기간이 소요되며 다양한 수정과정을 겪는 것이 일반적이기 때문에 법제정을 이러한 금융소비자보호 개선 작업의 시작으로 볼 필요

- 판매업자들과 소비자들 모두가 제도를 받아들이고, 실제 적용할 수 있게 정착시키는 데 장기간이 소요

Ex. 영국의 Retail Distribution Review 개혁 등 참조



금융소비자보호법(안)은 금융소비자보호 강화의 완성이 아닌 시작이라는 관점에서 접근할 필요

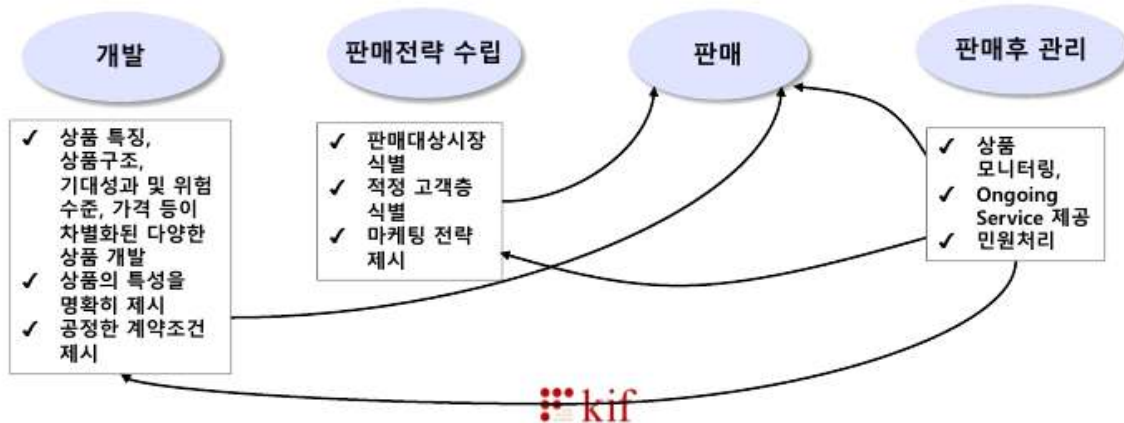


16

Ⅲ. 결론 및 향후 발전 방향

◆ 금융소비자보호법 제정을 전후하여 개별 소비자에게 적합한 상품을 판매할 수 있는 실질적인 체계를 마련해 나갈 필요

- 고객에게 적합한 판매를 하기 위해서 금융회사는 상품판매 전 과정에서 고객에게 적합한 상품을 파악하여 설명하고 판매
- 이 과정에서의 불완전판매와 관련한 고의, 과실 등의 구분도 필요



16

Consumers need to know they can trust the firms they buy from and are protected if something goes wrong. This gives them the confidence to make choices and switch product providers. This then means firms have strong incentives to treat consumers properly and strive to win their business on the basis of service, quality, price and innovation.(FCA, Protecting consumers, 2016)

감사합니다

[주제발제]

금융소비자보호를 위한 정책 과제

조윤미 운영위원장

금융소비자네트워크

금융소비자보호를 위한 정책과제

조윤미 운영위원장 (금융소비자네트워크)

금융시장의 변화와 소비자중심 혁신

- ▶ 금융소비자는 금융거래시 판단에 필요한 정보의 양과 질 측면에서 금융사업자보다 불리한 위치에 있음.
- ▶ 인지능력의 한계, 선입견 등으로 인해 주어진 정보를 정확하게 파악하는 역량도 부족함.
- ▶ 최근 금융시스템의 디지털화가 빠르게 전환됨에 따라 금융소비자의 편익이 증가하지만 새로운 유형의 금융피해가 발생할 여지가 존재.
- ▶ 금융시장은 신뢰를 바탕으로 하는 시장으로 소비자중심 혁신이 되어야 금융시장도 성장함.

금융시장의 변화와 소비자중심 혁신

소비자중심 금융시스템 구현 !

금융소비자보호 상위원칙 !

국제사회의 금융소비자 보호 상위원칙

- ▶ 글로벌 금융위기 이후 국제기구 및 주요국 중심으로 금융소비자 보호에 대한 관심이 증가, 대표적으로 미국과 영국은 **금융소비자보호법제 마련 및 금융소비자 감독 기구 설치** 등 다각적인 노력을 시행
- ▶ 주요 국가들의 사회적 관심이 금융소비자 보호에 집중됨에 따라 OECD는 2012년 **“금융소비자 보호의 상위원칙”**이라는 금융서비스 전 분야에 적용되는 국제 가이드라인을 발표 !

국제사회의 금융소비자 보호 상위원칙

- ▶ OECD 가이드라인에는 금융소비자보호를 위한 **소비자보호, 접근성, 교육에 관한 사항**을 포함한 통합적인 규제체제로 자발적인 성격의 국제 가이드라인에는 10개의 원칙으로 구성

OECD 금융소비자 보호에 관한 이사회 권고 주요 내용

원칙	주요 내용
1. 법, 규제·감독체계	금융소비자보호는 법·규제체계의 필수부분이어야 함
2. 감독기구의 역할	감독기구는 임무 수행을 위한 필수권한 보유
3. 금융소비자에 대한 공평하고 공정한 대우	금융취약계층에게 특별한 주의
4. 공시와 투명성	이해상충에 핵심 정보제공, 적합한 정보제공 등
5. 금융교육과 인식	금융교육에 관한 국제원칙과 가이드라인 이행
6. 금융서비스 공급자와 중개인의 책임있는 영업행위	고객의 금융역량, 상황, 수요 파악, 적절한 공시제공 등
7. 금융소비자의 자산에 대한 보호	적절한 정보와 통제장치를 통해 최대한 확실하게 보호
8. 금융소비자의 개인 정보 보호	적절한 통제장치를 통해 보호
9. 민원처리와 시정	민원 및 분쟁해결 관련 통합정보는 최소한 수준에서 공개
10. 경쟁	경쟁력있는 상품 제공, 혁신을 강화, 양질의 서비스 유지

자료: OECD, 금융감독원

국제사회의 금융소비자 보호 상위원칙

- ▶ **미국**은 독립된 금융소비자보호기구를 설치하는 등 금융소비자 보호 기능과 조직을 강화 - **2010년 도드프랭크 월스트리트 개혁 및 소비자보호법(Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act)**을 제정
- ▶ 금융소비자 보호와 관련해서는 도드프랭크법에 CFPB(Consumer Financial Protection Bureau)의 설립을 규정하여 **독립적으로 금융소비자보호를 담당**토록 함 - 주요업무는 예금 취급기관 및 소매대출 상품 취급기관 등 모든 금융기관에 적용되며 CFPB가 직접 검사하고 제제에 나서며 소비자불만사항 조치 등 금융민원 해결
- ▶ 또한 CFPB에서는 **금융교육과 분쟁해결**도 담당하나 FINRA(Financial Industry Regulatory Authority)에서도 금융분쟁을 중재하고 조정하여 처리함.

국제사회의 금융소비자 보호 상위원칙

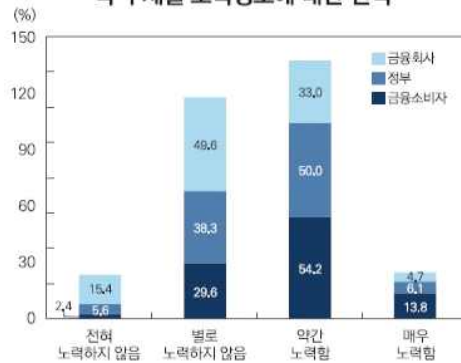
- ▶ **영국**은 기존의 금융감독청(FSA)을 건전성업무와 영업행위업무를 담당하는 기관으로 분리하여 **영업행위업무와 소비자보호업무를 FCA에서 담당**토록 함 - 2012년 **금융서비스법(Financial Services Act of 2012)**을 제정
- ▶ 금융감독청(FSA)의 분리로 금융 감독 본연의 업무는 중앙은행인 영란은행 산하의 PRA(Prudential Regulation Authority)에서 담당하며 금융소비자보호 업무는 재무성 산하 FCA(Financial Conduct Authority)에서 함.
- ▶ FCA에서는 소비자보호와 시장감독을 담당하며 FCA 산하 MAS(Money Advice Services)에서 **금융교육과 자문서비스**를 하며, **국가전략의 일환으로 초중고 금융교육**을 담당함
- ▶ 금융 분쟁해결은 **금융옴부즈맨서비스(Financial Ombudsman Service: FOC)**를 독립된 기구로 두어 금융소비자를 보호하며 FOC는 FCA의 직접적인 관리 및 감독을 받음

금융소비자 보호 인식과 현황

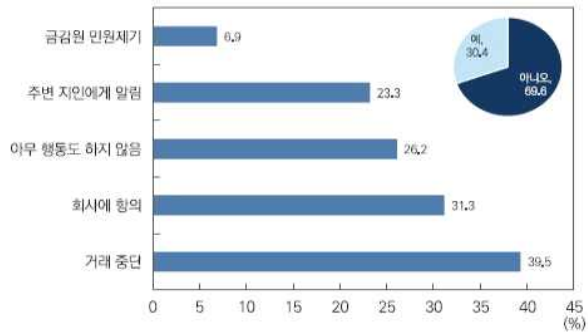
- ▶ 금융소비자 보호에 관한 국민인식조사를 실시, 국내 소비자들의 현안을 조사하여 발표 (2019.1) - 금융소비자 보호에 대한 국민인식조사에서 일반 국민들의 금융소비자 보호 만족도는 대체로 낮음
- ▶ 금융소비자 보호를 위해 금융당국과 소비자, 금융회사 중 누구의 역할이 중요한지에 대해 금융당국이라고 응답한 비중이 43.5%를 차지하였으며, 소비자 본인은 29.2%, 금융회사는 23.9%를 차지
- ▶ 금융회사에 대한 국민들의 인식이 부정적인 편으로 금융광고가 왜곡·과장되었다는 답변이 60.7%로 가장 많은 편으로 조사됨
- ▶ 국민들이 금융상품에 대하여 불만족·불합리한 처우를 받은 경험이 약 30.4%를 차지하고 있으나 스스로 거래를 중단하는 것으로 대응하는 비중이 약 39.5%를 차지하고 금감원 민원의 비중은 약 6.9%로 비교적 낮은 수준

금융소비자 보호 인식과 현황

각 주체별 노력정도에 대한 인식



불합리·불만족한 처우를 받은 경험과 대응



주 : '불합리·불만족한 처우를 받은 경험과 대응' 비중은 중복 포함
자료: 금융위원회(2019)

금융소비자 보호 인식과 현황

- ▶ 최근 5년간 금융감독원에 신청된 금융민원 건수는 76,000여건 이상이었으며, 이중 분쟁 민원은 25,000건 이상으로 33%를 차지함 (금융감독원, 2018.08.20, '18년 상반기 민원동향 및 주요 민원내용, 보도자료)
- ▶ 2018년 상반기에도 특히 카드사, 저축은행, 대부업자 등이 포함된 비은행권과 보험업권의 민원건수가 높은편, 보험업권의 금융민원은 최근 5년간 지속적으로 증가
- ▶ 생명보험과 손해보험사의 금융민원이 60.9%로 가장 높으며, 비은행은 23.3%, 은행은 11.5%, 금융투자는 4.3% 순으로 조사됨
- ▶ 2018년 상반기까지 집중된 민원은 종신보험 불완전판매(1,874건), P2P업체 투자원리금 미상환(1,179건), 암보험금 지급요청(1,013건), 중도금 대출금리 과다(598건) 등임

금융소비자 보호 인식과 현황

업권별 금융민원 건수 추이



금융민원 중 분쟁건수 및 비중



금융시장의 변화와 소비자중심 혁신

- 독립적인 금융소비자보호기구의 설립
 - 금융소비자보호법안 일부에 담겼으나 정부안에서 제외
 - 금융건전성 감독 기능과 소비자보호 기능의 완전한 분리
- 금융기업의 금융소비자보호 체계 선진화, 책임확대, 역량강화
 - 소비자보호 종합대책 (2019.4)에 일부 반영, 기업평가, 소비자경험평가 등 강화
 - 소비자보호 체계 기획,운영,유지에 있어 기업역량 향상, 기업투자 확대 평가 필요
- 정확한 정보의 효과적인 전달체계 구축
 - 설명과 고지의무 등 강화, 약관에 대한 관여 수준 확대 필요 (기획, 실행, 분쟁시)
 - 광고실증, 제한 강화

금융시장의 변화와 소비자중심 혁신

■ 소비자역량 강화를 위한 지원체계 마련, 교육체계 구축

- 금융감독원 금융교육센터 청소년 금융교육협의회 등에서 강의교육, 정보제공, 체험교육 등 위주의 교육이 산발적으로 진행됨. - 교육의 정규화, 평생교육체계 구축
- 금융소비자정책 연구 확대, 강화
- 금융소비자 활동 단체 역량 강화를 위한 사회적 지원 확대
- 금융소비자 상담, 피해구제, 행정적 절차의 대리자, 가이드 역할에 대한 지원 강화

금융시장의 변화와 소비자중심 혁신

■ 소비자 피해구제와 분쟁조정제도의 강화

- 금융분쟁조정중재원의 설립 - 독립적인 금융소비자분쟁 조정 기능, 기업의 비용 부담
- 분산되어 있는 금융관련 분쟁조정기능의 통합

(금융감독원 : 금융분쟁조정위원회 / 한국소비자원 : 소비자분쟁조정위원회 / 시·도지사 : 대부업분쟁조정위원회 (시·도 등록 대부업) / 미래창조과학부 : 우체국 보험분쟁조정위원회 / 한국거래소 : 시장감시위원회 (유가증권의 매매와 관련된 분쟁) / 한국금융투자협회 : 분쟁조정위원회 (증권회사 영업행위) / 새마을금고연합회 : 공제분쟁조정심의위원회)

- 분쟁조정결과의 일괄적용 원칙 수립
- 분쟁시 약관의 해석과 적용의 판단

금융시장의 변화와 소비자중심 혁신

금융소비자보호법 제정이 시작이다 !

감사합니다 !

조윤미 02-780-9263 / cicri2017@gmail.com

지정토론

좌장 이성환 공동대표
(금융소비자네트워크, 녹색소비자연대)

임은경 사무총장 (한국소비자단체협의회)
조대형 교수 (순천대 경제학과)
정운영 의장 (금융과행복네트워크)
한창희 교수 (국민대 법학과)
정지연 사무총장 (한국소비자연맹)
최준우 국장 (금융위원회 금융소비자국)

<토론문>

<토론문>

<토론문>

<토론문>

<토론문>

<토론문>

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

금융소비자네트워크 후원안내

■ 금융소비자네트워크는 우리사회의 소비자중심적인 건강한 금융시장 형성을 위해 시민, 소비자단체가 연대하여 금융소비자 권리를 옹호하고 금융기관에 대한 견제와 감시를 통하여 건전한 금융생태계 발전에 이바지함을 목적으로 설립하였습니다.

■ 금융소비자네트워크는 정기적인 금융소비자포럼 운영, 금융소비자를 위한 연대활동, 금융소비자 금융역량 강화를 위한 리더십 강화 사업등을 통해, ▲대부업광고반대 캠페인, ▲금융소비자보호법 제정과 금융소비자보호기구 독립화를 위한 정책제안, ▲악성채무 고리끊기-빚제로 새출발 캠페인, ▲가계부채 대응 정책제안, ▲이자제한 20% 캠페인등을 전개해 왔습니다. 금융소비자네트워크의 성장과 활동을 위해 관심과 후원을 부탁드립니다.



■ 후원문의 : 금융소비자네트워크 사무국 02-780-9263

(우리은행 1005-902-995388 금융소비자네트워크)