

소비자를 위한 금융소비자보호법 시행령 제정방안

이성환

법무법인 안세 대표변호사, 금융소비자네트워크 공동대표

목 차

1. 들어가며
2. 금융소비자보호의 기본과제
3. 독립 금융소비자보호원의 설립
4. 금융환경의 새로운 변화
5. 금융소비자보호법 체제의 구조적 과제
6. 금융소비자보호법의 구체적 실천과제
7. 맺는말

1. 들어가며

- 2020. 3. 24 법률 제17112호로 제정되어 2011. 3. 25,부터 시행될 '금융소비자보호에 관한 법률'은 2008년 세계적인 금융위기 이후 금융소비자보호를 위한 여러 차례의 입법시도가 있었지만 그 동안 입법성과를 얻지 못하고 있다가 제21대 국회에서 비로소 통과된 금융소비자보호에 있어서는 하나의 기념비가 될 입법이라고 하겠음.
- 금융소비자보호기관의 독립성이나 소비자 대표의 참여 등에 있어서 기본적인 문제점이 있지만 금융소비자 보호를 위한 더 이상 입법을 지연시킬 수는 없다는 점에서 이 법의 통과는 일단 대단히 환영할만한 일이라고 하겠음. 다만 앞으로 독립된 금융소비자보호기구의 설립, 소비자 단체의 참여 및 역할 강화, 과징금제도와 피해보상기금 문제에 있어서는 반드시 개선이 있어야 할 것임.

2. 금융소비자보호의 기본과제

2-1. 금융산업의 특수성 : 금융에 대한 전문지식

- 금융이란 일반인이 이해하기에는 쉽지 않은 전문지식을 필요로 하는 분야. 따라서 금융에 관한 전문성을 가진 사람들이 그렇지 못한 일반인 즉 금융소비자들에 대하여 우월적 지위를 가지고 나아가 지배적 지위를 가짐.
- 금융사업자는 금융에 대한 전문지식을 가진 사람들이고 이들은 금융관료, 금융학자, 금융언론가들과 결합하여 금융소비자를 금융사업의 대상이나 수단으로만 삼을 뿐 금융소비자의 권리나 금융정의에 대하여는 의식이 박약함.
- 뿐만 아니라 이들의 카르텔 구도하에서는 금융상품의 설계나 금융산업의 구조가 금융소비자의 권리나 이익을 고려하지 아니하고 설계되고 시행됨.

2. 금융소비자보호의 기본과제

2-2. 규제산업

- 금융산업은 기본적으로 국가경제의 기반으로서 한정된 자원을 어떻게 배분하느냐와 관계되고 그 운용의 안정성이 국민의 경제생활 안정에 직결되어 있기 때문에 근본적으로 규제산업으로서의 성격을 지님.
- 금융산업에 대한 국가의 감독과 규제는 필수적임.
- 국가규제에 있어서 관료주의의 폐해가 발생하지 않도록 하여야 함.
- 국가규제에 대한 시민단체의 참여와 감시는 필수적임.

2. 금융소비자보호의 기본과제

2-3. 금융전문가의 카르텔 구조

- 금융사업자들과 이들을 합리화하고 옹호하는 금융전문가의 카르텔 구조하에서는 금융감독 자체가 본질적으로 금융사업자 편임.
- 저축은행 사태, 키코 사태, 동양시멘트 사태, 엘아이지보험 사태, DLF 불완전판매 사건, 최근 라임과 옵티머스 자산운용 펀드 사태 등에서 보듯이 금융감독이 사전적이고 선제적으로 이루어지지 않음.
- 이것은 금융감독의 첫째 목표가 금융소비자 보호이기 보다는 금융산업의 건전성 유지 즉 금융사업의 계속성과 수익성 보장이기 때문임.
- 여기에는 금융감독과 관련된 정책입안이나 집행이 모두 금융사업자의 이익을 옹호하는 관료, 교수, 언론가들의 특수이익 유지 구조 심하게 이야기 하여 야합구조가 작용하고 있다고 할 수 있음.
- 근본적인 개선방향은 소비자보호를 금융정책의 최고 목표로 하는 근본구조의 개편과 금융기득권 카르텔 구조를 해체시키는 작업이 필요함

2. 금융소비자보호의 기본과제

2-3. 금융산업 불공정의 구체적 예 - 보험업의 경우

(1) 보험상품
설계의 경우

(2) 보험상품
판매의 경우

- 보험대리점
- 보험설계사

(3) 보험금
지급의 경우

- 손해사정사
- 상담의사
- 보험사기

2. 금융소비자보호의 기본과제

2-4. 금융에 있어서 소비자 보호와 건정성 유지 – 금융소비자 보호의 중요성

- 민주화의 한국 사회는 1987년 민주화 이후 상당한 정도 금융상의 정의와 형평이 이루어졌지만, 일제 강점기와 권위주의 시대를 거치면서 권위적 지배가 일반화되면서 권위가 전문성과 결합하여 사회적 약자는 피지배의 대상으로만 취급되는 오랜 역사적 전통이 남음. 더욱이 전문성을 가진 사람들이 집단이익을 위하여 서로 야합할 경우에는 이 현상은 더욱 심화되고 공고화 됨.
- 세계적으로 2007년과 2008년 사이에 글로벌 금융위기를 겪게 되면서 금융소비자 보호의 취약점들이 노출되었고 이를 계기로 금융소비자 보호는 전 세계적으로 중요한 과제로 인식되어, 2011년 G20의 칸(Cannes) 정상회의에서 '금융소비자 보호의 상위 원칙(high-level principles on financial consumer protection)'이란 이름으로 모든 금융서비스 분야에 적용되는 자발적 성격의 국제 가이드라인으로 그 구체적 세부사항들과 관련한 원칙들을 선언함. 이 선언의 기본적 정신은 금융사업자가 아님.

2. 금융소비자보호의 기본과제

2-4. 금융에 있어서 소비자 보호와 건정성 유지 – 금융소비자 보호의 중요성

- 금융소비자를 단순한 금융사업자의 수익창출의 대상이 아니고 존엄가 가치를 가지는 인격체로 대우하는 것임.
- 금융에 대한 전문지식을 가지고 금융소비자를 목적적 존재가 아닌 수단적 존재로 취급하는 것은 반드시 불식되어야 함.
- 제도적으로는 금융사업자의 이득을 보장하려는 금융회사, 금융관료, 금융학자, 금융관련 언론인 사이의 기득권체제를 타파할 소비자중심의 금융법규나 금융행정체계의 정립이 필수적으로 요구됨.

3. 독립 금융소비자보호원의 설립

3-1. 금융에 있어서 소비자 보호와 건정성 유지 – 금융소비자 보호의 중요성

- 금융소비자보호의 구체적인 방안은 금융소비자 중심의 구조를 뒷받침하는 감독기구의 개편, 보다 구체적으로는 금융소비자 주권을 실현할 금융행정기관의 설치임.
- 우리나라 금융소비자보호를 위해 현 금융감독원 산하에 있는 금융소비자보호처를 금융소비자보호원으로 독립시키겠다는 것은 박근혜 정부와 문재인 대통령의 공약. 박근혜 정부에서도 대선공약이었다가 실패한 적이 있는데 문재인 정부에서도 금융소비자보호원 발족 공약이 수포로 돌아가는 상황이었음.
- 금융소비자보호원 설치에 박근혜 정부의 국정수행과제에도 있었지만 금융감독원을 중심으로 한 금융사업자 중심의 금융전문가 카르텔이 이를 무산시켰다고 판단함.

3. 독립 금융소비자보호원의 설립

3-1. 금융에 있어서 소비자 보호와 건정성 유지 – 금융소비자 보호의 중요성

- 결국 기존의 카르텔 세력과의 타협으로 금감원 산하에 금융소비자보호처를 두고 금융소비자보호를 통합적으로 규율할 수 있는 입법을 제정함.
- 시민단체의 입장에서 더 이상 금융소비자보호법 제정을 미루는 것보다는 우선 제정한 후에 그 개선책을 마련하는 것이 성공가능성이 높다고 판단하여 타협안에 대하여 동의함.
- 금융소비자보호원과 같은 독립적인 기구 없이는 결국 금융사업자 중심의 카르텔구조는 흔들리지 않을 것으로 판단함.
- 이 독립기구도 출발시부터 금융사업자들에 대한 강력한 감독권한이 없이는 또 하나의 장식적 기구로 변하거나 금융소비자 보호기구라는 이름만의 장미꽃이 되어 왜곡된 금융시스템에 알리바이만을 제공할 것이라고 예상함.

3. 독립 금융소비자보호원의 설립

3-1. 금융에 있어서 소비자 보호와 건정성 유지 – 금융소비자 보호의 중요성

- 따라서 금융소비자보호원에 금융건전성 감독업무를 제외한 행위규제와 소비자보호 업무를 모두 담당하도록 하여야 함.
- 아울러 금융소비자보호원은 수직적 구조이기 보다는 위원회 형식의 조직이 타당하고 최고 정책은 위원회에서 결정하되 그 집행은 상임위원장과 상근임원 중심의 위계적 구조가 바람직하다고 봄.
- 독립된 행정기구인 금융소비자보호원의 구성에 있어서 소비자 중심의 가치관을 가진 분들이 적극 참여하여야 할 것임.
- 21세기에 와서 세계적인 문제는 디지털화, 환경문제, 노령화, 공급과잉경제 등을 들 수 있음.
- 이중에서 특히 금융과 관련하여서는 디지털화와 노령화 그리고 공급과잉의 경제 문제가 밀접한 관련.

4. 금융환경의 새로운 변화

4-1. 디지털 시대 – 디지털 시대의 도래

- 디지털화는 오늘날 모든 사회활동은 대면접촉에서 온라인을 통한 활동 그것도 사물인터넷(IoT)과 빅데이터(Big Data), 모바일(Mobile), 인공지능(AI)을 통한 디지털사회로 바뀌어 감.
- 실시간으로 장소제한 없이 저비용으로 그리고 한계비용 없이 상호성과 융합성을 바탕으로 수많은 데이터를 사용한 머신러닝과 딥러닝 기술을 이용한 인공지능에 의한 지능화 혁명인 제4차산업혁명 시대에 금융도 전자금융 혹은 디지털금융으로 변화.
- 디지털금융과 관련하여서는 금융(Finance)과 기술(Technology)의 합성어인 핀테크(FinTech)란 용어가 사용되고 있는데 이는 금융과 IT의 융합을 통한 금융서비스 및 산업의 변화를 통칭.

4. 금융환경의 새로운 변화

4-1. 디지털 시대 – 디지털 시대의 도래

- 차별화된 금융서비스를 제공하는 기술기반 금융서비스 혁신으로 모바일뱅킹과 앱카드 등이 점차 일반화. 그리고 전통적 금융기업인 아닌 혁신적 비금융기업이 보유 기술을 활용하여 카카오페이, 삼성페이지급결제와 같은 금융서비스를 이용자에게 직접 제공하는 현상이 나타나 근본적인 금융산업이 재검토가 필요한 상황이 대두.
- 디지털시대에는 다양한 금융상품의 전자화가 필요. 디지털시대에 있어서 비대면 거래가 일반화 되고 거리와 관계없는 원격거래, 신속한 거래가 보편화되기 때문에 금융상품 전반에 대한 전자화가 필요.
- 금융소비자보호 차원에서도 금융분쟁과 금융상품의 문제점의 파악과 모니터링에도 인공지능을 사용한 빅데이터분석 기법등의 사용이 가능.

4. 금융환경의 새로운 변화

4-1. 디지털 시대 – 핀테크의 발달

- 디지털금융과 관련하여서는 금융(Finance)과 기술(Technology)의 합성어인 핀테크(FinTech)란 용어가 사용되고 있는데 이는 금융과 IT의 융합을 통한 금융서비스 및 산업의 변화를 통칭.
- 차별화된 금융서비스를 제공하는 기술기반 금융서비스 혁신으로 모바일뱅킹과 앱카드 등이 점차 일반화. 그리고 전통적 금융기업인 아닌 혁신적 비금융기업이 보유 기술을 활용하여 카카오페이, 삼성페이지급결제와 같은 금융서비스를 이용자에게 직접 제공하는 현상이 나타나 근본적인 금융산업이 재검토가 필요한 상황이 대두.

4. 금융환경의 새로운 변화

4-1. 디지털 시대 – 핀테크의 발달

- 디지털시대에는 다양한 금융상품의 전자화가 필요. 디지털시대에 있어서 비대면 거래가 일반화 되고 거리와 관계없는 원격거래, 신속한 거래가 보편화되기 때문에 금융상품 전반에 대한 전자화가 필요.
- 금융소비자보호 차원에서도 금융분쟁과 금융상품의 문제점의 파악과 모니터링에도 인공지능을 사용한 빅데이터분석 기법 등의 사용이 가능.

4. 금융환경의 새로운 변화

4-1. 디지털 시대 – 개인정보의 보호

- 디지털금융이나 빅데이터 사용에 따른 디지털 하드웨어와 소프트웨어의 안전성이나 해킹방지 그리고 개인정보보호 등이 필요.
- 오늘날 빅데이터의 일반화로 인하여 개인정보의 익명화 처리가 광범하게 허용되지만 리버스 엔지니어링이나 데이터 종합기법에 의한 개인식별 가능성 등을 차단하도록 하여야 함.
- 빅데이터 문제는 금융소비자의 특수한 문제가 아니고 개인정보보호 일반의 문제이기는 하지만 금융소비자보호에 있어서 개인정보보호에 관한 최소한의 규정은 필요.
- 특히 금융정보는 광범한 분야에서 이용이 가능한 기본적 정보이기 때문에 그 비밀이 침해될 소지가 높은 정보이므로 주의적 규정이 반드시 필요.

4. 금융환경의 새로운 변화

4-1. 디지털 시대 – 디지털 디바이드

- 최근에 전자금융거래법의 개정이 추진됨. 여기서 가장 염두에 두어야 할 문제가 디지털기기의 서유와 디지털 사용기술의 차이인 디지털 디바이드(Digital Divide)의 문제.
- 디지털 사회에서는 정보기기나 사용기술과 관련하여 계층간 불균형이 나타나는데, 빈부간에 디지털화가 차이가 나고 사회에서 필요로 하는 인터넷 지식을 갖추지 못할 경우 그 격차가 점점 벌어지게 됨.

4. 금융환경의 새로운 변화

4-1. 디지털 시대 – 디지털 디바이드

- 디지털 디바이드의 핵심은 디지털기기의 소유 및 사용 대가의 지급능력과 디지털 기술이나 지식의 소유여부. 경제적 사정으로 말미암아 충분한 기능을 가진 디지털기기를 사용하지 못하거나 디지털 기술이나 지식이 부족한 디지털 문맹자(Digital Illiteracy)의 문제. 우리나라의 경우에도 모바일 기기 사용료를 지불하기 곤란한 극빈자나 디지털 기기에 익숙하지 못한 노령자의 문제가 인터넷금융, 모바일금융이 일반화되는 오늘날 금융서비스 이용에 있어서 심각한 문제에 직면. 디지털 금융 분야에 있어서도 부의 부빈익빈 현상 방지 필요.
- 디지털금융의 이러한 폐해를 막기 위하여서는 대면거래를 할 수 있도록 금융업자의 최소한의 사무실과 거래창구가 필요. 따라서 최소한의 면담거래가 가능한 사무실과 설비를 확보하도록 금융소비자보호법의 법률이나 시행령에서 의무화가 요청됨.

4. 금융환경의 새로운 변화

4-1. 디지털 시대 – 온라인 금융사업자의 문제

- 디지털시대의 금융소비자보호와 관련하여 금번 금융소비자보호법은 온라인투자연계금융업자(P2P)에 대하여 약간의 규정을 두고 있는 것은 고무적임.
- 하지만 P2P 이외의 부분에서는 많은 문제에 대하여 적용할 규정이 부족. 예를들어 전자금융거래의 경우에 피해구제에 대한 특별규정을 두도록 하거나 통신과금서비스 등에 대한 규정등을 두는 문제.
- 전자금융거래는 실시간으로 이루지고 모든 것이 신속하게 이루어지기 때문에 전자금융 사고의 경우에 사건조사와 원상회복이나 손해배상 사이에 오랜 기간이 걸려 금융소비자에게 연체 등 2차 피해가 발생. 따라서 피해방지를 위한 신속한 조치가 필요.
- 통신과금서비스는 실제로는 소비자에게 소액의 신용을 제공하는 여신거래인데 단순히 지급청구의 대행으로만 이해되어 이에 대한 이자제한법 등의 규정 적용이 문제로 됨.

4. 금융환경의 새로운 변화

4-2. 고령화 시대 – 고령화 시대의 도래

- 65세 이상 인구가 총인구를 차지하는 비율이 7% 이상을 고령화사회(Aging Society), 65세 이상 인구가 총인구를 차지하는 비율이 14% 이상을 고령사회(Aged Society)라고 하고, 65세 이상 인구가 총인구를 차지하는 비율이 20% 이상을 후기고령사회(post-aged society) 혹은 초고령사회.
- 2020년 기준 한국의 65세 이상 노인인구가 전체인구에서 차지하는 비율 중 고령인구비율은 15.7%. 이 비율은 2025년이 되면 20%를 넘어서고 2036년이 되면 30%를 넘어서며 2065년에는 46.1%이 될 것으로 예상.

4. 금융환경의 새로운 변화

4-2. 고령화 시대 - 고령화 시대의 도래

- 2025년이면 노인 1,000만시대가 되고 초고령사회 진입하므로 세대갈등, 복지지출 문제와 함께 금융부문에 있어서도 많은 문제점을 야기할 것임.
- 2019년 기준 고령자가구 비율이 1인가구가 34.2% 부부가구가 33.2%로 가족으로부터 도움을 받기가 어려움.
- UN추계에 의하면 2025년에 65세 이상의 인구가 총인구에서 차지하는 비율은, 일본 27.3%, 스위스 23.4%, 덴마크 23.3%, 독일 23.2%, 스웨덴 22.4%, 미국 19.8%, 영국 19.4%로 예측.

4. 금융환경의 새로운 변화

4-2. 고령화 시대 – 고령자와 금융소비자 보호

- 현대사회에 있어서 고령자는 가장 취약한 금융소비자 계층으로 분류할 수 있음.
- 특히 인지·판단 능력 저하, 강한 자기과신, 사회적 고립 및 심리적 고독으로 인해 다른 금융소비자 계층보다 금융상품불완전판매, 착취적 금융(financial exploitation) 또는 금융사기(financial fraud)에 더 취약함.
- 최근 금감원 자료에 따르면 60세 이상 고령자가 라임펀드의 173개 자펀드에 가입된 계좌(4,035좌)의 46.0%를 보유하고 있으며, 설정액(4,612억원)의 46.4%를 투자한 것으로 조사되고, 2019년 8월 7일 기준 DLF 개인투자자 중 60세 이상이 48.4%, 70세 이상이 21.3%를 차지하는 것으로 나타남. (금융감독원, 2019. 10. 2 자료 : 이성복, 해외의 고령금융소비자 보호강화 추세와 시사점).

4. 금융환경의 새로운 변화

< 가계의 가구주 연령대별 금융자산 비중 (단위 : %) >

구분	30세 미만	30대	40대	50대	60대	70세 이상
2012	2.0	18.3	31.1	29.3	12.4	7.0
2013	1.6	17.6	29.5	30.1	13.3	7.8
2014	1.3	16.9	29.4	30.5	14.1	7.8
2015	1.5	16.0	29.4	30.9	15.9	7.7
2016	1.4	15.3	28.6	30.1	16.9	7.8
2017	1.5	15.1	25.6	30.4	17.7	9.7
2018	1.3	13.6	25.2	29.8	19.8	10.2
2019	1.3	12.3	24.2	29.4	22.0	10.8

자료 : 통계청 가계금융복지조사, 자본시장연구원

4. 금융환경의 새로운 변화

4-2. 고령화 시대 – 고령자와 금융소비자 보호

- 미국, 영국, 일본의 경우에도 2018년 자료에 의하면 고령자가 금융 분야에 미치는 영향이 매우 큼. 미국의 경우 50세 이상이 개인 전체 금융자산의 77%를 보유하고 있으며, 이중 절반 이상이 투자자문 서비스를 받음.
- 영국의 경우 65세 이상 중 금융투자 활동에 참여하는 비중이 49%이고 다른 연령대보다 높음.
- 일본의 경우 2018년 자료에 의하면 60세 이상의 고령 세대가 가계 금융자산의 65% 이상을, 투자성 금융자산의 70%를 보유하고 있다고 함.

4. 금융환경의 새로운 변화

4-2. 고령화 시대 – 고령자와 금융 상품

- 경제활동 제약과 짧은 기대여명으로 인하여 금융지식의 확보와 피해회복이 젊은 세대에 비하여 어려움.
- 특히 고령자나 은퇴자에게는 생활비를 충당할 수 있을 정도의 고정수입이 필요하기 때문에 상당한 정도의 높은 수익을 보장하는 것처럼 보이나 금융상품에 내재된 복잡한 수익과 위험 구조를 지닌 구조화 상품(structured products)이 주요한 구매가능성이 높은 금융상품으로 대두.
- 하지만 구조화 상품은 불완전판매가 발생한다는 점에서 노령자의 소비자보호는 매우 중요한 문제
- 핀테크에 취약하고 디지털 디바이드문제가 고령자에게 심각함. 대면거래 서비스 기회의 보장이 필수적임. 지나친 지점 수의 축소 등은 다시 고려되어야 함.

4. 금융환경의 새로운 변화

4-3. 공급과잉에 따른 저성장과 저금리

- 오늘날 세계경제는 저임금에 의한 대량생산으로 인하여 공급과잉, 수요부족 현상을 나타냄. 그 결과 투자에 대한 수익률이 저하되고 자금의 수요가 줄어듦.
- 수요는 이미지 소비로 인하여 각자 개성을 중시하는 다품종소규모 경제가 점차 주류 경제현상으로 변함.
- 금융에 있어서도 과잉 유동성공급에 따른 저금리 현상이 일반화되고 고수익을 추구하여 고위험을 감수하여야 하는 상황이 됨.
- 그 결과 금융상품에 있어서도 단순한 예금에 의한 금리수입만으로는 충분한 수익을 올릴 수 없고 위험을 부담하여야 하는 투자상품에 의하여서만 상당한 수입을 올릴 수 있게 됨.
- 은퇴자나 실업자와 같이 최소한의 고정 수입에 의존하여야 하는 경우에는 최소 생활지출에 필요한 금융수입을 확보하기 위하여서 위험상품인 원금상실이나 투자손실부담을 하여야 하는 고위험 금융상품에 투자.

4. 금융환경의 새로운 변화

4-3. 공급과잉에 따른 저성장과 저금리

- 금융업자는 금융서비스를 제공하고 그 수수료를 수취하는 서비스제공자로 동반자 관계로 파악하였으나 오늘날은 금융상품을 판매하는 판매자로서 상품구매자인 금융소비자와의 사이에 이해대립 관계에 있는 주체로 변화하게 됨.
- 특히 투자상품에 있어서 위험을 판매하거나 구매하게 하고 그 대가를 수령하는 관계가 됨. 구조화 상품의 경우에 이러한 대립관계는 더욱 명확하게 나타남,
- 이에 따라 정확한 금융정보와 그 이해가 반드시 필요하고, 공정성의 원칙과 적합성의 원칙, 적정성의 원칙, 설명의무 등이 더욱 중요하게 됨. 투자자문이 절실히 필요함.
- 금융업자와 소비자 사이의 이해충돌의 방지와 소비자에게 금융지식을 보충하여줄 금융교육이 절실히 필요.

5. 금융소비자보호법 체제의 구조적 과제

5-1. 법률적용 범위의 확대

- 금융소비자보호법은 은행법 등 개별 금융업법에서 규율하던 기관별 규제방식에서 기능별 규제방식으로 전환되어, 금융상품을 예금성, 대출성, 보장성, 투자성으로 나누고 금융업자는 직접판매업자, 판매대리점업자, 판매대리·중개업자, 자문업자로 나누어 총12개 업자로 나누어 동일기능-동일규제의 원칙을 적용.
- 전통적인 은행이나 보험회사, 투자회사 만이 아니고 카드회사, 리스회사, 할부회사 등 여신전문금융회사나 신용협동조합이나 대부업자 그리고 온라인투자연계금융업자(소위 P2P업자)까지 법적용 대상으로 하여 금융부분에 상당한 정도의 소비자보호 범위를 확대.
- 하지만 아직도 농업협동조합이나. 수산업협동조합, 산림협동조합 등과 각종 신용협동조합과 새마을금고 그리고 우체국의 금융업무와 관련하여서는 금융소비자보호법의 영역에서 제외하여 금융소비자 보호에서 소외시키고 있음.
- 농협이나 수협 등 조합이나 금고 등이 농림부나 해양수산부 혹은 행정안전부 등의 관할 하에 속하여 금융위원회 소관이 아니라는 이유로 제외된 것으로 보이지만 이는 전형적으로 국민의 시각으로 금융소비자 문제를 보지 아니하고 관료의 눈으로 금융소비자문제를 다루려고 하기 때문임.
- 금융소비자보호에 있어서 명실상부한 동일기능-동일기능의 원칙이 적용되기 위해서는 이들 역시 금융소비자보호법의 적용을 받아야 함.

5. 금융소비자보호법 체제의 구조적 과제

5-2. 소비자 보호를 위한 법체계의 체계정합성 확립 – 법률 상호간의 충돌

- 금융소비자보호법의 제정과 그 시행령의 마련은 우리나라 금융소비자보호에 있어서 획기적인 일이지만 기존에 존재하지 않는 새로운 법령의 제정으로 말미암아 전체적인 법체계에 있어서 관련된 다른 법령과의 관계에서 금융소비자보호법의 적용과 효력 여부가 문제로 됨.
- 일반 민법이나 상법 그리고 금융업자에 관한 은행법, 보험업법, 자본시장법, 여전사법 등과의 관계 그리고 소비자보호와 관련하여서도 소비자기본법이나 표시광고에 관한 법률이나 특수판매에 관한 법률, 전자금융거래법, 신용정보보호법 등과의 관계가 문제로 됨.
- 금융소비자보호법이 이러한 법들과 중첩적으로 적용되는가 아니면 금융소비자보호법이 특별법, 신법으로 이들 법률보다 우선적으로 적용되는가가 문제로 됨.
- 우리 대법원은 일반법과 특별법 관계나 구법과 신법의 관계로 인정하는데에는 매우 소극적. 통상 중첩적 적용을 원칙으로 함.
- 다만 중첩 적용에 있어서 법률간에 모순 충돌이 있을 경우에는 가능한 한 그 모순과 충돌이 발생하지 않는 조화적 방향으로 해석하지만 조화적 해석이 불가능한 경우에는 특별법, 신법을 우선하는 것으로 함.

5. 금융소비자보호법 체제의 구조적 과제

5-2. 소비자 보호를 위한 법체계의 체계정합성 확립 – 법률 상호간의 충돌

- 금융소비자보호법 제6조는 “금융소비자보호에 관하여 다른 법률에서 특별히 정한 경우를 제외하고는 이 법에서 정하는 바에 따른다”고 규정하여 특별법적 성격 강조.
- 금융소비자보호법은 금융소비자보호에 있어서는 특별법적 성격이 강하기 때문에 일반적 금융규제법이나 소비자기본법이나 표시광고법 보다 더 우선하여 적용된다고 보아야 함.
- 그렇다면 금융소비자보호법의 법률이나 시행령에 명시적으로 규정되지 않으면 소비자관계법 예를 들어 특수판매나 표시광고 규제 영역 등에서 규정하는 소비자보호 관련 규정들이 적용되지 않는 것이 아닌가 하는 의문이 들고 이들 법률보다 소비자보호에 미흡한 경우가 있을 수 있음.
- 이러한 의문을 방지하기 위하여서 금융소비자보호와 관련하여서는 금융소비자보호법과 다른 소비자보호 관련 법규가 상이할 경우에는 더욱 강력하게 소비자들을 보호하는 법률이 우선 적용된다고 금융소비자보호법의 시행령에 명문화 하는 것이 요청됨.

5. 금융소비자보호법 체제의 구조적 과제

5-2. 소비자 보호를 위한 법체계의 체계정합성 확립 – 금융소비자의 책무 규정의 문제점

- 금융소비자보호법 제8조에 금융소비자의 책무에 관하여 규정하고 있는데 이 조문을 소비자기본법 제5조의 소비자의 책무와 유사한 규정인데 법체계적 측면에서는 문제가 있는 규정.
- 소비자기본법에 이 규정이 삽입되게 된 것은 기존의 소비자보호법에서 소비자기본법으로 개정될 때임.
- 소비자보호법에서 소비자기본법으로 변경된 것은 소비자를 기존의 국가에 의한 보호의 대상에서 경제생활의 주된 주체 즉 소비자주권 개념으로의 전환을 이론적 배경으로 함. 소비자는 이제 주권자의 지위에 있기 때문에 주권자로서의 권리에 따른 책무로서 이 책무규정을 명문화 한 것임.
- 소비자가 보호의 대상인 경우에는 소비자는 신의성실에 따른 일반적 의무를 부담할 뿐 법이 명문으로 규정하는 책무를 부담하지는 아니함.
- 금융소비자에 대한 책무규정은 단순히 선언적 규정이 아니고 이러한 책무규정에 근거하여 소비자의 권리행사나 행동에 법령상 의무로 작용하여 소비자법 위반자의 손해배상에서 면책이나 과실상계의 근거로 사용될 수 있고, 처벌이나 제재에 있어서도 면책이나 감경사유로 삼을 수 있음.
- 법령의 체계적합성의 측면에서 금융소비자보호법에 금융소비자의 책무조항을 명문화 할 필요는 없음.

5. 금융소비자보호법 체제의 구조적 과제

5-3. 소비자 단체의 역할 강화

- 우리 헌법 제124조는 소비자의 권리를 보호하고 소비자운동을 보장. 소비자기본법도 소비자의 8대권리의 하나로 명시하고 소비자보호를 위한 국가의 책무와 기업의 역할에 대하여 규정. 그럼에도 불구하고 금융분야는 그 사업의 전문성과 규제산업으로서의 성격, 관련 사업관계자의 폐쇄성 등으로 인하여 소비자의 권리보호에는 매우 소홀하였던 것이 사실.
- 특히 금융사업자, 금융규제기관, 금융관련 학계, 언론인들의 전문 금융지식을 기반으로 하는 기득권의 카르텔로 말미암아 금융소비자들은 초과수익을 획득하기 위한 대상으로만 취급되었던 것도 엄연한 사실. 약탈적 금융이란 말도 어렵지 않게 들리고 있는 것이 현실. 금융소비자는 분산된 개인으로 각 소비자가 일상생활을 영위하여야 하기 때문에 금융분야에 대하여 특별히 노력을 투입하거나 전문지식을 투입하기 어려움. 이를 보완하기 위하여 공익성, 자율성, 봉사성을 본질적 요소로 하는 시민단체의 도움이 필요함. 다른 국가들에서도 금융분야에 소비자단체의 특수한 역할을 인정하고 일정 지원을 함.
- 금융소비자보호법 제9조도 국가의 책무로서 “금융소비자의 건전하고 자주적인 조직활동의 지원·육성”을 규정. 금융소비자 단체에 대한 구체적인 내용이 시행령에 규정되어야 함.

5. 금융소비자보호법 체제의 구조적 과제

5-3. 소비자 단체의 역할 강화 – 상품설계에 있어서 소비자단체의 관여

- 예금상품이나 대출상품에 있어서 은행의 이자율, 수수료, 그리고 보장성 상품에 있어서 보험회사의 보험사고 발생과 보험료와의 균형성 심사, 적절한 운용수수료, 투자상품에 있어서 위험성의 측정이나 구조화상품에 있어서 위험부담과 금융공학에 의한 기대값이나 이론가의 타당성 검토 등에 소비자단체가 관여 하여야 함.
- 금융거래와 관련된 모든 약관제정에 있어서 역시 소비자 입장에서 사전 검토가 필요함. 현행 금융소비자보호법에서는 단순히 준법감시인이나 감사의 관여가 인정될 뿐임.

5. 금융소비자보호법 체제의 구조적 과제

5-3. 소비자 단체의 역할 강화 – 금융상품판매에 대한 소비자단체의 자문

- 수수료를 목적으로 하는 금융자문업자는 소비자를 위하기 보다는 금융업자를 위하여 자문을 제공할 가능성이 높음. 금융소비자를 위하여서는 공익을 추구하는 소비자의 이익을 위하여 활동하는 소비자단체의 자문을 받도록 하는 것이 바람직. 소비자단체의 도움으로 정보의 불균형과 교섭력의 불균형성을 해소할 수 있음. 소비자단체가 소비자상담의 대가로 일정 비용을 보전 받고 있는 전화 1372 전화 상담의 예를 참고로 하여 금융소비자 단체에 금융상품에 대한 상담의 대가를 지급하는 것을 고려
- 금융소비자를 보다 효율적으로 자문하기 위하여서는 자문을 제공하는 소비자단체의 구성원에 대한 금융당국으로부터의 전문적 정보의 제공과 지식의 제공이 필요. 고도의 금융공학적 지식을 요구하거나 디지털 지식을 요구하는 경우에 어느 정도 금융지식을 갖춘 금융소비자단체라 하더라도 최신의 보다 더 전문화된 지식과 정보를 필요로 하기 때문. 소비자단체에 의한 금융상품의 제조, 판매에 있어서 상시 모니터링제가 필요함. 모니터링 결과를 분석,검토하여 금융당국에 개선조치를 요구할 수 있는 장치를 법제화 하여야 함.

5. 금융소비자보호법 체제의 구조적 과제

5-3. 소비자 단체의 역할 강화 – 금융교육에 있어서 소비자 단체의 역할

- 금융소비자보호법도 소비자교육의 중요성을 인식하고 합리적인 금융소비생활을 위하여 필요한 교육을 받을 권리를 금융소비자의 기본권리로 열거하고 금융교육에 관하여 이를 여러 조문에서 규정함.
- 특히 제30조에서 상세히 금융교육에 대하여 규정하여 교육지원, 교육프로그램의 개발에 대하여 규정. 제31조에서는 금융교육협의회에 대하여 그 심의사항과 위원의 자격과 위원회 구성에 대하여 규정.
- 금융교육이 자칫하면 금융상품 소개나 광고로 변질될 수 있으므로 교육자의 측면에서 소비자친화적 가치관을 가진 전문가에 의하여 시행될 필요가 있음.
- 금융소비자단체가 금융교육에 있어서는 가장 책임자 임에도 그 주도적 역할을 인정하는 규정이 없고, 금융교육위원회 위원 구성에도 참여하지 않는 것으로 규정됨
- 금융소비자단체가 금융교육을 위탁받고 금융교육협회의 자문이나 실무위원회 위원으로 활동할 수 있도록 시행령 초안이 개정되어야 함.

5. 금융소비자보호법 체제의 구조적 과제

5-3. 소비자 단체의 역할 강화 – 분쟁조정에 있어서 소비자단체의 참여

- 금융감독원이 자율분쟁조정에 임하는 기본적인 전제가 자기책임의 원칙이라는 명분 하에 전문적인 금융지식이 부족한 금융소비자에게 책임을 지게 하는 것이었음. 금융분쟁조정위원회 회의자체는 비교적 소비자보호에 충실한 편이나 그 이전 준비과정에서 실무자들이 조정을 취하하도록 강요하거나 기간의 지나친 장기간이 된다는 문제점이 심각하였음. 다만 금번 금융소비자보호법의 제정으로 인하여 금융회사들인 자신들에게 불리하면 채무부존재 소송 등을 제기하여 조정절차를 종료시키는 것과 소비자분쟁이 있으면 제기된 날로부터 일정기간 내에 반드시 조정위원회가 열리도록 하고, 채무부존재 소송 등 조정 후 조정을 무산시키는 행위를 금지시키고, 일정금액 미만의 조정에 대하여는 편면적인 구속력을 조정결정에 부여하는 점 등은 개선됨.

5. 금융소비자보호법 체제의 구조적 과제

5-3. 소비자 단체의 역할 강화 – 분쟁조정에 있어서 소비자단체의 참여

- 일회적 사소한 조정결정은 금융업체들이 받아들이지만 다수 피해자 그리고 고액의 경우에는 조정결정에 대하여도 소송을 제기하여 조정절차를 무력화시키는 것과 금감원이 금융회사들이 조정결정을 받아들이지 않을 것이라고 예상되면 아예 분쟁조정위원회에 회부하지 않은 현실에 대한 개선책은 미흡함.
- 나아가 조정에서 소비자단체가 피해자를 대신하여 조정을 신청할 수 있도록 하여야 함.

5. 금융소비자보호법 체제의 구조적 과제

< 영국의 Super Complaint 제도 >

- 금융소비자 단체의 역할과 관련하여 참조할 수 있는 외국제도가 영국의 Super Complaint (슈퍼고충처리)제도임.
- 영국과 호주에서는 명시적인 피해가 없어도 불만을 제기할 수 있는 Super Complaint 제도를 시행 함.¹
- 영국법상의 Super Complaint이란 소비자를 대신하여 국가가 승인 한 Super Complaint(슈퍼 고소인)인 감시 기관이 영국에서 제기 한 고충이며, the Office of Fair Trading (공정거래실 : 2014 년 4 월 1 일 해산 하기 이전)과 같은 상급 기관에서 신속히 취급함. 지금 현재 일반 소비자 보호 Super Complaint을 담당하는 공식 기관은 the Competition and Markets Authority (경쟁시장국)임.
- 2002년 영국 기업법 제11(1)항에 정의된 슈퍼 고충사항은 지정된 소비자 단체가 제출한 불만 사항으로, 상품이나 서비스에 대한 영국 시장의 사정(feature) 또는 사정들의 조합(combination of features)이 소비자의 이익을 크게 해치거나 크게 해를 끼치는 것으로 보여지는 고충임.
- FCA((Financial Conduct Authority: 금융처분국)의 후원 하에 영국 금융시장에도 Super Complaint이 도입됨.
- The Financial Services and Markets Act 2000 (FSMA; 금융 서비스 및 시장 법 2000)은 특정 소비자 단체가 소비자의 이익을 크게 손상시킬 수 있는 영국의 금융 서비스 시장의 기능에 대해 FCA에 고충을 제기 할 수 있음.
- 정부는 먼저 Super Complaint으로 지정을 원하는 기관에 관한 지침(guidance)을 발표 한 다음 FCA에 Super Complaint을 제기 할 수 있는 새로 임명 된 기관을 접수하고 궁극적으로 승인함.
- the General Consumer Council for Northern Ireland, Citizens Advice, the Federation of Small Businesses 등이 이러한 기관으로 인정된 것으로 알려지고 있음.
- 2018년 12월, 이민 당국과 비밀리에 데이터를 공유한 영국과 웨일즈 경찰에 대해 피해자와 범죄 목격자를 대신하여 Super Complaint이 제기되었다고 함.

주 ¹ : (2020. 11. 30 <https://en.wikipedia.org/wiki/Super-complaint> 참조)

6. 금융소비자보호법의 구체적 실천과제

6-1. 금융자문업자 제도

- 금융자문업자는 수수료를 목표로 활동하고 있기 때문에 금융업자의 이익을 위하여 활동할 뿐이고 금융 소비자에게 이익이 되기는 어려운 구조임.
- 또한 개별 소비자 입장에서는 금융상품의 가격이나 회수가 다수의 금융소비를 상대로 계속적으로 영업하는 금융업자의 금액에 비하여 적은 금액이라 수수료를 지급하는 금액도 적을 수 밖에 없어 금융자문업자는 근본적으로 금융업자의 이익을 위하여 일할 수밖에 없는 구조임.
- 따라서 금융자문업자 제도는 금융소비자 후생에 불이익으로 작용할 소지가 큰 제도로 금융자문업의 장려는 신중히 고려하여야 할 사항임.

6. 금융소비자보호법의 구체적 실천과제

6-2. 금융 취약계층의 보호

- 경제적 취약계층인 자유직업활동이나 일용근로자, 가정주부, 청소년 등 소득이 일정하지 않은 사람들에게는 고리채권이 문제임.
- 퇴직자, 실업자, 자영업자 등에게는 재산증식을 위한 투자 피해가 심각한 편임.
- 유사수신, 금융다단계, 원금손실의 위험성이 높은 투자 등이 문제가 되고 있음.
- 이와는 별개로 이주노동자나 다문화가족 등의 외국인 등 우리나라 금융제도와 현실에 익숙하지 않은 사람들에게 대한 금융서비스 역시 문제로 됨
- 금융 취약계층을 위한 대책은 금융소비자들을 위한 전문적인 상담, 대리업무가 필요.
- 취약계층의 금융 문제를 해결하기 위하여서는 금융소비자단체가 이들을 위한 전문적인 상담, 대리 업무를 지원하고 공적인 채무조정이나 사적인 채무조정에 도움을 주는 것이 필요함.
- 금융소비자보호법의 시행령에서 이러한 분야에 대한 최소한의 규정들을 두도록 하여야 함.

6. 금융소비자보호법의 구체적 실천과제

6-3. 구조화 금융상품에 대한 규제

- 금융상품 중에서 특히 투자상품인 경우 오는날 금융공학의 발달로 말미암아 특수한 구조화상품들이 많이 만들어짐.
- KIKO, ELS, ELF, EDF, ELW, Swap 등을 비롯하여 많은 상품이 금융공학을 이용하여 구조화되어 만들어짐.
- 이러한 구조화 상품을 고도의 금융공학 지식을 사용하여 만들어지기 때문에 금융공학지식을 가진 금융전문가가 아니면 그 정확한 구조와 위험을 파악할 수 없음.
- 구조화상품의 경우에는 확률에 따른 위험구조나 기대값에 근거한 이론가를 파악하여 금융소비자에게 설명하여 주도록 하고, 지나치게 금융업자에게 유리하게 구조 및 설계된 불공정한 금융상품에 대하여는 소비자에게 판매할 수 없도록 하여야 함.
- 이러한 규제를 위반할 경우에는 단순히 불공정판매나 설명의무 위반만이 아니고 경우에 따라서는 사기죄로 의율할 수 있도록 하여야 함.

6. 금융소비자보호법의 구체적 실천과제

6-4. 과징금의 문제

- 금융소비자보호법과 그 시행령의 제정으로 인하여 금융업자의 소비자보호에 위반되는 행위에 대하여는 신속하고 간편한 분쟁조정을 통하여 그리고 과징금 제도에 의하여 불법적인 이익을 환수할 수 있도록 함.
- 소비자의 손해전보에 사용되어야 할 금융업자의 불법적인 이득액이 과징금으로 국가에 귀속되게 되는 구조로, 대단히 국가우월적인 사고체계의 입법임.
- 소비자의 손해전보에 사용되어야 할 금융업자의 불법적인 이득액은 국가에 귀속할 것이 아니고 당연히 피해 소비자들에 귀속하여야 함.

6. 금융소비자보호법의 구체적 실천과제

6-4. 과징금의 문제

- 미국의 금융소비자보호청(Consumer Financial Protection Bureau: CFPB)은 소비자보호를 위반한 금융업자에 대하여 보상금 등을 징구(2020년 \$585M consumer relief, \$85M civil money penalty)하여 금융소비자의 피해회복 비용(Civil Penalty Fund)으로 사용함.
- 과징금 문제는 금융소비자보호법의 법률제정 과정에서 해결하였어야 할 문제로 시행령 차원에서 해결되기 어려운 문제인 것을 사실임.
- 다만 소비자피해에 근거한 과징금이 국고로 귀속되는 대신에 앞으로 금융위원회는 최소한 징구된 과징금 액수 상당의 소비자 피해구제 기금을 조성할 수 있는 예산을 확보하도록 노력하여야 할 것임.
- 가능하면 피해자 구제기금에 대한 근거를 시행령이라도 명시하는 것이 요청된다고 하겠음.

6. 금융소비자보호법의 구체적 실천과제

6-5. 금융회사 경영진의 책임 추궁

- 금융회사의 임직원에게 대한 엄격한 징계책임의 추궁이 중요함. 이에 대한 규정이 금융소비자보호법에 규정되었으나 금융제재심의위원회의 제재심의와 연관되도록 규정되지 않은 것이 체계적이지 않음.
- 금융관련 법규나 감독규정이나 규칙에 위반한 경우에는 반드시 관련 임원들에게도 책임을 물어 금융제재심의위원회의 제재심의를 회부하도록 하여야 함.
- 이러한 측면에서 최근의 DLF, 라임펀드등 사태에 대하여 금융회사의 최고 임원급에 대하여 징계를 하지 않거나 경미한 징계를 하여 재임하도록 함은 유감임.
- 금융회사 내부에 과도한 판매목표설정, 왜곡된 영업기준 설정(비적격 소비자상대 영업, 왜곡된 거래조건 기준설정(과다한 수수료 징구), 비현실적 할당제도 등과 관련된 인센티브제도나 평가체계를 설정한 경영진에게 경영책임을 묻도록 하여야 함.
- 소비자단체의 참여와 감시가 가능하도록 하여야 함.

6. 금융소비자보호법의 구체적 실천과제

6-6. 집단소송제

- 금융분쟁조정과 관련하여서는 소액분쟁조정시 금융회사의 분쟁조정이탈금지, 분쟁조정 중 소 제기시 법원의 소송중지 가능, 분쟁소송시 소비자의 금융회사에 대한 자료요구 등 많은 개선점이 있음에도 불구하고 소비자단체의 단체소송제와 집단소송제가 도입되지 아니 하였음.
- 소비자단체의 단체소송은 소비자기본법 제70조에서 제76에서 규정하고 있는데 이 규정은 금융소비자와 관련한 소송의 경우에도 적용된다고 해석됨.
- 다만 소비자 단체소송 규정은 소비자권익침해의 금지나 중지에만 적용되고 일반적 손해배상 등에는 적용되지 아니하는 것이 문제임.
- 현행 단체소송제도에 대한 개선안으로서 소비자단체에 의한 손해배상 청구 그리고 증권소송 등에서 이미 도입된 집단소송제 등이 금융소비자보호법에 규정되는 것이 요청됨.

6. 금융소비자보호법의 구체적 실천과제

6-7. 입증책임의 전환

- 일반적인 손해배상 법리에 의하면 위법행위의 발생과 그로 인한 손해의 발생이라는 인과관계의 증명과 손해액의 입증에 대하여는 모두 손해배상을 주장하는 자가 부담함.
- 금융상품 자체와 그 판매와 관련하여서는 모두 금융업자가 그 정보를 가지고 있고 소비자는 정보가 없으므로 정보보유자인 금융업자가 위법하지 않다는 사실과 고의나 과실이 없다는 사실에 대한 입증책임을 부담하도록 하는 것이 형평의 원칙에 부합함.
- 금융소비자보호법에 입증책임전환에 관한 규정이 없으므로 시행령에서라도 이를 명문화하는 것이 바람직함.

6. 금융소비자보호법의 구체적 실천과제

6-8. 징벌적 손해배상

- 금융상품 판매에 있어서 일반적으로 금융업자는 불공정행위 혹은 불완전판매로 인하여 부담하는 손해보다 이익이 더욱 큰 경우가 많음,
- 우리나라 손해배상 법제는 실손해 배상의 원칙에 입각하고 있기 때문에 금융업자는 설령 손해배상을 하여 준다고 하여도 경제적으로 큰 손실을 부담하지 않음.
- 특히 실제 판매에 종사하는 금융업자의 임직원은 업적 평가제도인 KPI(핵심성과지표)나 인센티브 제도로 말미암아 금융업자에게 고수익을 가져다 주는 고위험 상품을 판매하려고 함.
- 만기가 긴 상품을 판매할 경우에는 나중에 불완전판매가 문제될 경우에는 판매자는 이미 이직하거나 다른 부서로 옮겨가 책임추궁이 어려운 경우가 많음.
- 이상과 같은 피해를 방지하기 위하여 산재보상이나 가맹점법 위반 손해배상 등 분야에서 이미 도입된 징벌적 손해배상제를 도입하도록 하여야 함.
- 재판실무에 있어서 법원은 금융소비자의 과실을 참작하여 과실상계를 함으로써 실제 금융업자는 설명의무의 위반 경우에 이때까지 대략 손해액의 30% 정도만 배상함. 금전적으로는 금융업자가 상당한 이익을 얻게 되는 것이 이때까지의 현실임.

6. 금융소비자보호법의 구체적 실천과제

6-8. 징벌적 손해배상 – 손해액의 재량적 인정

- 금융소비자보호 규정을 위반한 행위로 인하여 손해가 발생한 사실은 인정되나 그 손해액을 증명하는 것이 사안의 성질상 곤란한 경우에 있어서 손해산정에 있어서 재량성을 인정할 특별한 규정이 필요함.
- 표시광고법 제11조(손해액의 인정) 제3조 제1항(부당한 표시·광고 행위의 금지)은 “법원은 변론 전체의 취지와 증거조사의 결과에 기초하여 상당한 손해액을 인정할 수 있다” 라고 규정하고 있는데 이 내용과 유사한 규정을 금융소비자보호법이나 시행령에 명문화 하는 것이 요구됨.

6. 금융소비자보호법의 구체적 실천과제

6-9. 경쟁의 재고

- OECD의 금융소비자보호에 관한 정보지침에도 경쟁을 중요한 요소의 하나로 들고 있음.
- 지나친 진입규제는 철폐할 필요가 있고, 다른 한편 과잉경쟁으로 인한 피해방지 장치가 필요함.
- 금번 라임펀드 사태 등에서 보듯이 충분한 감시체제를 갖추지 못한 어설픈 경쟁제고 내지 규제완화는 금융소비자보호에 치명적 문제점을 야기한다는 사실을 유념하여야 함.
- 금융산업에 있어서도 경쟁의 제고가 소비자후생을 증진시키는 가장 중요한 수단이므로 금융업자에게 공정한 경쟁의무를 부담하게 하는 규정을 금융소비자보호법에 규정할 필요가 있음.

7. 맺는말

감사합니다