

디지털 금융플랫폼과 소비자보호 정책 포럼

- 일시 : 2021년 11월 3일 (수) 오후3시30분-5시
- 장소 : 더케이호텔 3층 해금A (양재동)
컨슈머소사이어티코리아 2021 행사장 내
- 주최 : 금융소비자네트워크·미래소비자행동

디지털 금융플랫폼과 소비자보호 정책 포럼

초대의 말씀

플랫폼 경제시대, 거대한 플랫폼 기업이 유통, 교통에 이어 금융서비스까지 영역을 계속적으 확장해 가고 있는 상황입니다. 플랫폼 특성상 막대한 정보력을 가지고 있는 한 두 개 기업이 모든 산업영역에 걸쳐 비즈니스를 장악해 나가는 것은 충분히 예측이 가능합니다.

특히 금융서비스는 소비자 편의성을 무기로 빠른속도로 금융시장을 장악해 가고 있는 상황입니다. 경쟁도 없고 보호장치도 충분하지 않다면 결국 소비자피해는 불을 보듯 뻔한 결과가 될것이라는 우려가 큼니다.

온라인 금융플랫폼에서의 주요 쟁점을 살펴보고 소비자보호방안을 모색하는 자리를 마련하오니 바쁘시더라도 오셔서 고견을 나누어주시기 바랍니다

■ 일시 : 2021년 11월 3일 (수) 오후3시30분-5시

■ 장소 : 더케이호텔 3층 해금A (양재동)
 컨슈머소사이어티코리아 2021 행사장 내

■ 주최 : 금융소비자네트워크·미래소비자행동

■ 프로그램 ■

■ 주제발표

발제1 디지털금융플랫폼 규제정책의 국제동향

이순호 연구위원 (한국금융연구원 디지털금융연구센터)

발제2 금융플랫폼의 성장과 금융소비자보호 방향

윤민섭 연구위원 (한국금융소비자보호재단)

■ 지정토론

좌장 한창희 공동대표

금융소비자네트워크

장성원 사무처장 (핀테크산업협회)

최민식 교수 (경희대학교 법무대학원)

송민수 팀장 (한국소비자원)

조영기 사무국장 (인터넷기업협회)

김영근 사무관 (금융위원회 금융소비자정책과)

[발제1]

디지털금융플랫폼 규제정책의 국제동향

이순호 연구위원
(한국금융연구원 디지털금융연구센터)

soonholee@kif.re.kr

디지털 플랫폼 관련 규제정책의 국제 동향

2021. 11.



1. 논의의 배경

- 최근 한국뿐만 아니라 미국, EU 등 주요국에서는 경쟁당국을 중심으로 온라인 플랫폼 및 빅테크에 대한 규제 개선방안에 대한 논의가 활발히 진행
 - 거대 온라인 플랫폼을 제공하는 소위 GAFA¹⁾가 사회·경제 전반에 걸쳐 업무영역을 넓혀가며 영향력이 커지고 있음에도 불구하고 기존 경쟁관련 규제들이 효과적으로 작동하고 있지 못하고 있다는 문제의식에서 비롯되어 새로운 규제 패러다임을 채택해야 할 필요성이 제기
 - 더욱이 빅테크의 온라인 플랫폼이 중개 또는 제공하고 있는 금융서비스도 크게 증가하고 있어 주요국의 금융감독 당국도 온라인 플랫폼에 대한 규율방향에 대해 논의
 - 한국에서도 일부 온라인 플랫폼의 영업모형(business model)이 금융소비자보호를 위한 규율에 저촉되는 사례가 있었고, 이와 별개로 온라인 금융플랫폼에 대한 규제감독 체계를 개선해야 할 필요성도 제기²⁾
 - 이러한 점을 감안하여 온라인 플랫폼과 관련하여 중요한 법률안을 마련하고 있는 미국과 유럽연합(European Union)의 일반 경쟁정책 동향을 우선 살펴볼 필요

2. 빅테크의 금융업 관련 현황

- 빅테크의 금융서비스는 주력 사업의 종류, 서비스 제공 지역의 금융환경, 기업의 적극성 등에 따라 제공되는 양상이 다르게 나타남.³⁾
 - 전자상거래 기업은 상거래를 위한 간편결제 서비스를 시작으로 신용평가, 소액대출 등의 서비스, 소셜미디어·메시징 기업은 이용자 간 간편송금 서비스를 제공하는 경우가 많음.

1) Google, Apple, Facebook 및 Amazon을 지칭하는 용어임.

2) 여기서 금융플랫폼이란, 금융 상품·서비스를 제공하는 모든 플랫폼을 의미하는 것으로서 금융 상품·서비스만을 제공하는 플랫폼을 의미하는 것은 아님.

3) 이보미, “빅테크의 금융서비스가 금융안정에 미치는 영향,” *KIF VIP 리포트* 2020-17, 한국금융연구원, 2020.12.

- 중국, 동남아시아, 라틴아메리카 등 전통적 결제수단이 발달하지 않은 지역에서는 간편결제·송금 서비스를 기반으로 대출, 투자, 보험 등의 다양한 금융서비스로 확장되는 경향이 있음.

□ 미국의 4대 빅테크인 GAFA를 포함하여 많은 빅테크 기업이 금융서비스를 직·간접적으로 제공 중에 있음.

- 주력 비금융 사업을 보조하는 정도의 금융서비스만 제공하는 기업이 있는 반면 금융전담 계열사를 설립하거나 금융업 라이선스를 획득하여 적극적으로 금융서비스를 제공하기도 함.

- * 대출서비스의 경우 빅테크가 라이선스 없이 직접 영위하는 경우, 금융회사가 위탁받아 수행하는 경우, 인터넷전문은행 등의 라이선스를 획득하여 제공하는 경우, 라이선스 없이 대출상품에 대한 정보를 제공하고 판매로 연계하는 서비스를 제공하는 경우 등으로 구분
- * 빅테크의 자산관리 및 투자 관련 서비스는 간편결제 서비스에 예치된 이용자 자금으로 투자하는 서비스(면허 취득)나 금융상품 마켓플레이스를 제공하는 서비스(중개(면허 취득) 또는 판매 연계 온리) 등으로 구분
- * 빅테크가 비금융서비스를 보조하는 보험의 경우에는 보험회사에 위탁하여 제공하는 경우가 많으며, 보험사와 합작회사를 설립하여 보험상품을 개발·제공하거나 보험대리점업을 영위하는 경우도 있음.

<표 1> 해외 빅테크 기업의 금융업 제공 현황

Big tech	Main business	Banking*	Credit provision	Payments	Crowd-funding	Asset management	Insurance
Google	Internet search/advertising	✓*		✓			
Apple	Tech/producing hardware			✓			
Facebook	Social media/advertising			✓			
Amazon	E-commerce/online retail		✓	✓	✓		✓
Alibaba (Ant Group)	E-commerce/online retail	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Baidu (Du Xiaoman)	Internet search/advertising	✓	✓	✓	✓	✓	✓
JD.com (JD Digits)	E-commerce/online retail	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Tencent	Tech/gaming and messaging	✓	✓	✓	✓	✓	✓
NTT Docomo	Mobile communications	✓	✓	✓	✓		
Rakuten	E-commerce/online retail	✓		✓		✓	✓
Mercado Libre	E-commerce/online retail		✓	✓		✓	

✓ Provision of financial service through big tech entity and/or in partnership with financial institutions outside big tech group in at least one jurisdiction. ✓* Launch expected in 2021. % The core activity of an entity engaged in banking is taking deposits, though regulations vary across countries.

Sources: BIS (2019); Citi GPS (2018); FSB (2019b); IBFED and Oliver Wyman (2020); van der Spek and Phijffer (2020); public sources; FSI.

자료: Juan Carlos Crisanto, Johannes Ehrentraud and Marcos Fabian, “Big techs in finance: regulatory approaches and policy options,” March 2021.에서 전재

<표 2> 해외 빅테크의 금융업 면허 취득 현황

Licences and market presence												
Licence held	Brazil			China			European Union			Hong Kong SAR		
	B	C	P	B	C	P	B	C	P	B	C	P
Amazon									✓			
Apple												✓
Facebook									✓			✓
Google									✓			✓
Ant Group			✓	✓*	✓	✓			✓	✓		✓
Baidu				✓*	✓	✓						
JD.com					✓	✓			✓*			
Tencent				✓*	✓	✓			✓			
Mercado Libre			✓									
NTT Docomo							✓		✓			
Rakuten							✓		✓			✓

Market presence in partnership or joint venture with other FIs. ✓ Big tech has entity within group that holds financial licence.

✓ Big tech offers financial services both through partnership or joint venture with other FIs and has entity within group that holds financial licence. ✓* Shareholding of big techs in these banks is below 50%.

B = banking licence. For the European Union and United Kingdom, CRD credit institution; for Hong Kong SAR, authorised institution; for Brazil, BCB approval under Resolution 4.122/2012 and Circular 3.649/2013; for the United States, National Bank Charter or state-level Bank Charters (commercial banks, savings banks, and trust companies). **C = credit licence.** For Hong Kong SAR, money lender licence; for the United States, non-bank lender licence (state-level); for Brazil, Sociedade de Crédito Direto or Sociedade de Empréstimo entre Pessoas; for China, internet micro lender or consumer finance licence. **P = payments licence.** For the European Union, payment institution or e-money institution; for Brazil, Instituição de pagamento; for the United States, money transmitter, sale of checks, money services business (governed primarily by state law); for China, third-party payment licence.

The analysis excludes cases in which payments are made and/or credit is extended for purchasing products and services exclusively within the platform.

Sources: Encontre uma instituição (BCB webpage); HKMA registers; EBA Euclid Register; FCA Financial Services Register; NMLS® Consumer Access; various news and reports.

자료: Juan Carlos Crisanto, Johannes Ehrentraud and Marcos Fabian, “Big techs in finance: regulatory approaches and policy options,” March 2021.에서 전재

〈표 3〉 국내외 주요 빅테크의 금융서비스 제공 현황4)

	Amazon	Apple	Facebook	Ebay	Google	Groupon	Microsoft	Orange	Mercado Libre	Vodafone
결제 송금	Amazon Pay(O) -온·오프라인결제 -간편송금 -미국, 일본, 유럽 등 17개국 서비스 Amazon Credit Builder -Synchro와 제휴하여 담보부 신용카드 발급 그 외 Amazon Cash, Amazon Paycode 등	Apple Pay(O) -온·오프라인결제 -간편송금 -미국, 일본, 홍콩 등 55개국 서비스 Apple 신용카드 -Goldman Sachs, Mastercard 제휴 -Apple Pay 연동	Messenger Pay(O) -온라인결제 -간편송금 -미국, 영국, 유럽 등 20개국 서비스 Facebook Pay(O) -온라인결제 -간편송금 -미국 서비스	PayPal(O) -온·오프라인 결제 -간편송금 -미국, 유럽, 아시아 등 203개국 서비스 -02년 인수, '15년 분사	Google Pay(O) -온·오프라인 결제 -미국, 프랑스, 홍콩 등 75개국 서비스 Google 직불카드 -Citibank, SFCU 제휴 -21년 서비스 제공 예정 -Google pay 연동	Groupon Payments(P) -미국 온라인 결제서비스	Microsoft Pay(O) -온라인결제 -미국, 영국 등 14개국서비스	Orange Cash(O) -온라인 결제 -프랑스, 스페인 서비스	Mercado Pago(P) -온·오프라인 결제 -간편송금 -라틴아메리카 8개국 서비스	M-Pesa(P) -계좌연동 -온·오프라인 결제 -간편송금 -동아프리카 등 10개국 서비스
예금 대출	Amazon Lending -인정 업체 중 선정하여 소액대출 암점 업체 대상 대출서비스 -Goldman Sachs 제휴/개인대출 플랫폼인 Markus 이음) -리블링 방식		Charged -Facebook 광고주 대상 후불 서비스 -Clearbanc 제휴	PayPal Working Capital 등 -개인·기업 대출 -Webbank제휴 -02년 인수, '15년 분사	Lending Club Program -Partners 대상 자금대출 -Lending Club 제휴 당좌예금개좌 -세티은행, SFCU 등과 제휴			Orange Bank -인타뱅크 -개인 대출 모기지대출	Mercado Credito -인정업체와 소비자 대상 소액대출 -아르헨티나, 브라질, 멕시코 시모 서비스	M-Shwari -인타뱅크 -예금·대출 서비스 -예금보호대상
자산 관리	Cora -VR 자산관리자 -Fidelity Labs 제휴							Sees -로보어드바이저 -Additiv 제휴	Mercado Libre Fund -벤처캐피탈 펀드	
보험	Amazon Protect -판매제품 보험 -유럽지역 서비스 -London General Insurance Company 제휴 Haven -직원 대상 헬스케어 보험 -JPMorgan Chase, Berkshire Hathaway 합작	AppleCare+ AppleCare Protection Plan -판매제품 보험 -AG 제휴		ShipCover Insurance -판매제품 배송 보험 -Paros Insurance Plan과 제휴				보험 서비스 -20년 이후 예정	파일렛 테스트중	Linda Jamil -소액건강보험 -Changanka Micro Insurance, 투자회사 Britam 제휴
가상 화폐			Libra 개발 중 -지역 단위통화를 이용한 stablecoin, 네트워크 내에서만 사용 가능한 다중통화 Libra coin 제공							

4) 이보미, “빅테크의 금융서비스가 금융안정에 미치는 영향,” KIF VIP 리포트 2020-17, 한국금융연구원, 2020.12.

	Alibaba	Baidu	Tencent	Line	NTT Docomo	Rekuten	Go-Jek	Grab	Ola Cabs
결제 수금	Alipay(P) -온·오프라인결제 - 간편수금 -중국, 일본, 미국 등 42개국 서비스 Huabei(Ant Credit Pay) -신용결제 서비스	Baidu Wallet(P) -PayPay 협력 -온라인결제 -간편수금 -중국, 미국 등 6개국	Tenpay(P) -온·오프라인결제 -간편수금 -중국 등 15개국 서비스 그 외 Wechat Pay, QQ Wallet 등	Line Pay(P) -온·오프라인결제 -간편수금 -일본, 대만, 미국, 인도네시아 등 4개국 서비스	Osailu, Keitai(P) -일본의 모바일 결제 플랫폼 -온·오프라인 결제 -간편수금	Rekuten Pay(P) -일본 최대 모바일 결제 플랫폼 -온·오프라인 결제 서비스	Go-pay(P) -인도네시아 최대 모바일 결제 플랫폼 -온·오프라인 결제 -간편수금	GrabPay(P) -온·오프라인 결제 -간편수금 -싱가포르, 베트남, 말레이시아 등 8개 국가에 서비스	Ola Money(P) -개좌연결 -신용결제 -온·오프라인 결제 -간편수금 -인도 모바일 결제 플랫폼
예금 대출	MyBank -인터넷은행 -중소기업, 동영인 구매 소매자 대상 대출 Jieao(Ant Cash Now) -소비자대출 Zhima Credit -개인·중소기업 신용평가	Baixin Bank -인터넷은행 -중신은행(Citic Bank)의 합작 금융상품 판매 및 소액대출 Baidu Utmoney -소비자대출	WeBank -인터넷은행 -소액대출, 오토론 Tencent Credit -개인·중소기업 신용평가	Line Pocket Money -소비자대출 Line Score -개인신용점수 산출 서비스	인도네시아 자동차 대출 -파밀코 테크놀로지 -Mizuho Bank 제휴 Shinsei Bank Smart Money Lending -Shinsei Bank 제휴 -사용자 대상 대출	Rekuten Bank -인터넷은행 -Rekuten Ichiba 기업점 대상 대출		Grow with Grab -중소기업운영자금 소액대출 Grab financial Services Asia -일본카드사 Credit Season과 조인트벤처	
자산 관리	Yu'e bao -글로벌 최대 MF -자회사 Tianhong Asset Management 운용 Antdao, Taobao Crowdfunding -크라우드펀딩 Ant Fortune -자산관리플랫폼 -각종 투자상품 판매	Baila -MF -China Asset Management 운용	Ucalong -자산관리플랫폼 -MF 판매(China AMC의 3사 운용)	Line Smart Invest -전자투자, 드로잉 등 테마별 소액투자 모바일 플랫폼 -일본 온라인 증권사 Folio 제휴		Rekuten 증권, 금융상품 인내 Raku-Wrap -Rekuten 증권 -로보어드바이저 자산관리서비스	IMF 중개 -로보어드바이저 Bioli과 제휴 P2P대출 -인도네시아 P2P 기업인 Findaya, Dana Cita, Olivaria 제휴	Grabinvest -로보어드바이저기업 Bento Invest 인수 -소액투자서비스 (Audiinvest) 제공 -Fullerton Fund Management, UOB Asset Management 제휴	
보험	Xianghubao -상호보험(질병·상해보장) Zhongnan Insurance -손해·여행·건강보험 -Tencent, Pingan Insurance 공동설립	Baon Insurance -여행·건강·교육 ·자축금 보험 -Allianz Hillhouse Capital 합작	Wesure -보험 가입·조회 -Talking Life 등 제휴 Zhongnan Insurance -손해·여행·건강보험 -Alibaba, Pingan Insurance 공동설립	Line Insurance -소액다기 손해보험 -일본보험회사 NKSJ 제휴	생명보험 -Nippon Life제휴 Anku Insurance -각종/장려 건강보험 -Tokio Marine & Nichido생명보험 제휴	Rekuten Life Insurance -생명보험 Medical Insurance -온라인 의료보험	여행보험 운전자 보험 -모험사 Pasar Pols 제휴 원격의료상담 -헬스케어기업 DoctorAnywhere 제휴	여행보험, 교통사고 보험 -Chubb 제휴 운전자보험 -Chubb, ZA Tech, NTUC Income 제휴	Crabo belkar -운전자보험 -Bayer Allianz 제휴 여행보험 -Acko, OIC Lombard 제휴
가상 화폐	P2P Nodes -채굴 플랫폼	Xuperchain -블록체인 기반 오픈네트워크	QQ Coin -가상화폐 Trust SOL -개발형 블록체인 플랫폼(Beas)	Link -가상화폐 Bitbox -가래저		Rekuten Edy -가상화폐신용카드 Rekuten Wallet -가래저			

주 : O는 기존 금융기관의 결제 인프라를 이용하는 오버레이 시스템(overlay system), P는 독자적인 결제 인프라를 갖추는 별도 시스템(proprietary system)을 의미

자료 : “FinTech and market structure in financial services”(FSB, 2019), “Big tech in finance”(BIS Annual Economic Report, 2019), 기업 홈페이지 등을 참조(20.9 기준)

	네이버	삼성전자	엘지전자	카카오	케이티	SK텔레콤	레이디스트 (뱅크샐러드)	비바리피블리카 (토스)	NHN페이코
결제 승인	네이버페이(P/O) -온라인결제 -오프라인 결제 -가좌번호 간편승인 -한글, 일본 서비스	삼성페이(O) -온라인결제 -오프라인 결제 -가좌번호 간편승인 -외화카드(합페스, 세븐트) 제공 -한국, 미국 등 26개국 서비스	엘지페이(O) -온라인결제 -오프라인 결제 -미국, 미국서비스	카카오페이(P/O) -온·오프라인 결제 -가좌번호 간편승인 -한국, 일본 서비스	케이뱅크 페이(O) -온·오프라인 결제	11번가 간편결제 -온라인 결제 핀코 계좌이체 -보통계좌 간 다중계좌 이체	발키드(가칭) 20년 출시 준비중 -장암자표시신용카드 (PLCC) -롯데카드 제휴 P2P대출금서비스(예정) -마이페이먼트 활용	토스(O) -온라인결제 -가좌·전화번호 간편승인 -토스신용카드 토스페이민츠 -G마켓플러스 PG 부문 인수	페이코(P/O) -온·오프라인 간편결제 -가좌·전화번호 간편승인 -한국, 일본 서비스
예금 대출	네이버파이낸셜 사용대출서비스 (예정) -미래에셋캐피탈 제휴 -저정대리인 선정 (금융규제 샌드박스)	은행·카드사 이용대출 신청 사용대출 신청 -외화카드(합페스, 세븐트) 제공 -한국, 미국 등 26개국 서비스	IBK 온라인직접 적금·카드·대출 신청 가능 -기업은행 제휴	카카오뱅크 -인터넷은행 -사용대출 개인사업자 대출, 전월세보증금대출 등 -하나·씨티·SC제일·BNK경남 -부산은행 제휴	케이뱅크 -인터넷은행 -사용대출 아파트모달 등 예·적금모달대출 등	핀코 적금·대출 -OBS연은행 대구은행 제휴 패스 적금 -SUS절은행제휴	대출조건 협상·비교 대출 확정금리 조회 토스뱅크 예대인가 인터넷은행 -기타 조율범 예정	대출 맞춤대출 증권거래를 상품 비교 및 인건 가능	
자산 관리	네이버페이 투자플랫폼 -삼성증권 제휴 네이버파이낸셜 CMA융합 미래에셋대우 제휴		지출관리서비스 카드사용내역 은행개좌 신고 확인	카카오뱅크 -펀드 증권 P2P, 크리우드펀딩 추가 -피플펀드 등 제휴 타은행 및 증권사의 자산 조회 카카오뱅크 증권개좌 -KB증권, 한국투자증권 NH투자증권 연계	가계부, 보험금 찾기, 카드 추천 신용정보 조회 케이뱅크 종합매매개좌 -NH투자증권 제휴 금융투자상품 거래	무동산 소액투자 -에너지펀드 테라펀딩, 판문점 등과 제휴 예·적금 투자 등 종합자산조회 및 맞춤형 상품추천 지출관리서비스 -지출 및 소비 내역 분석 리포트	소액투자 상품 중개 등 -부동산, 펀드, P2P 에너지펀드 투게더펀 딩, 테라펀딩 제휴 해외주식 판매 신원인증투자 제휴 예·적금, 카드, 투자 등 종합자산조회	페이코보험 Smart CMA 종합자산관리개좌 -한화투자증권 제휴 카드사용내역 결제내역조회 예·적금, 거래내역 등 조회 페이코 마이데이터 -생애주기별 맞춤형 금융상품 추천 서비스 제공 페이코 보험추진 -보험상품 비교 및 가입 가능	
보험	NF보험서비스 설립 -네이버파이낸셜의 자회사 -삼성생명 위무보험 가입 서비스 -DB손해보험 공동해상 제휴	보험추진 서비스 -자동차보험, 일반보험 -비파괴물보험 등 보험중개 -DB손해보험 공동해상(메오센스) 유평	마코팩(가칭) -지역 가정회배 -LG CNS 직원 대상 패밀리 티스트 중 구민은행 제휴	카카오뱅크 -자동차보험료 비교,비파괴물보험 인바이어 인수 카카오보험(가칭) 설립 추진 중 -우리인 손해보험사 -21년도 영업 예정	케이뱅크 -보험상품 비교 및 가입 가능 대상 -캐롯손해보험 제휴	S와이브럴 -여행자보험,운전자 보험, 건강검진 기반 보험추진 등 심상화재 제휴	미니보험 판매 -국내외 보험사와 제휴하여 해외여행보험 확대판매손보험 등 제공 토스인슈어런스 -레퍼마케팅 기반 보험대리점(GA)		
가상 화폐			Klip -가상화폐시간	Klay -가상화폐(지갑,서그라운드X 발행) -가상포도인도네시아 거래소 웹사이트에 상장	가치체인 -개방형 블록체인 플랫폼(Beas)				

주 : O는 기존 금융기관의 결제 인프라를 이용하는 오버레이 시스템(overlay system), P는 독자적인 결제 인프라를 갖추는 별도 시스템(proprietary system)을 의미

자료 : “FinTech and market structure in financial services”(FSB, 2019), “Big tech in finance”(BIS Annual Economic Report, 2019), 기업 홈페이지 등을 참조('20.9 기준)

3. 온라인 플랫폼 관련 규제의 해외 동향

□ (BIS) 빅테크의 시스템 위험 가능성을 제기하고 여러 부문의 규제를 혼용하여 적용할 것이 요구된다고 제시하면서, 빅테크에 대해 기능중심규제와 함께 개별기업기반 접근방식(entity-based rules)을 제시

○ 금융분야에서 빅테크 활동과 관련된 위험은 현행 규제접근 방식으로는 완전히 포착되지 않을 수 있으며, 이는 현행 규제가 개별 기업 또는 특정 활동을 대상으로 하고 있고, 빅테크 그룹 내의 실질적인 상호 연결 및 금융 서비스 제공자로서의 역할에 의해 생성되는 리스크에 적용되지 않고 있기 때문

○ 금융 분야의 빅테크 활동에 대한 효과적인 감독은 개별적인 정책 프레임워크를 넘어서 개별기업 기반(entity-based) 및 영업행위 기반(activities-based) 규칙들을 혼용하여 적용할 것을 권고

○ 한편 금융서비스 제공을 위해 면허를 획득하는 것을 요구하는 것이 현행 행위기반 접근방식(activities-based approach)*에서 개별기업기반 접근방식(entity-based rules)으로 전환하는 데 따른 도전과제도 대두

* 행위기반 접근방식(activities-based approach)은 “동일 행위-동일 규제”로 불리는 것으로서 이런 규제를 하에서는 규제차익을 기대하면서 규제사각지대로 진입하려는 혁신은 최소화 우려

* 개별기업기반 접근방식(entity-based rules)은 EU, 중국, 미국 등에서 주로 경쟁정책당국과 의회에서 주도하여 자리잡기 시작하였는데, 이러한 접근방식은 중앙은행과 금융감독당국의 임무(mission)에도 영향을 줄 가능성

- EU의 게이트 키퍼(gate keeper) 지정, 미국의 지정플랫폼(covered platform) 제도, 시스템적으로 중요한 금융회사(SIFI, Systemically Important Financial Institutions) 등이 개별기업기반 접근의 예

□ (미국) 최근 빅테크 온라인 플랫폼인 GAFA에 대한 규제와 관련하여 의회를 중심으로 많은 규제 강화방안이 제시

○ 2021년 6월에 미국 하원은 거대 플랫폼을 대상으로 하는 반독점법안 패키지로서 5개 법률안⁵⁾을 발의하였고, 동 법률안이 모두 법제사법위원회(House Judiciary Committee)도 통과되는 등 법률안 처리가 빠른 속도로 진행

* 5개 법안은 ‘미국 선택과 혁신 온라인 법(American Choice and Innovation Online Act)’, ‘플랫폼 독점 종식 법(Ending Platform Monopolies Act)’, ‘서비스 전환 활성화를 통한 호환성과 경쟁 증진 법(Augmenting Compatibility and Competition by Enabling Service Switching Act; ACCESS Act)’, ‘플랫폼 경쟁과 기회 법(Platform Competition and Opportunity Act)’, ‘기업 합병 신청비용 현대화 법(Merger Filing Fee Modernization Act)’임.

○ 한편 연방거래위원회(FTC, Federal Trade Commission)와 법무부는 빅테크 기업의 반독점 혐의를 조사하였으며, 2020년 10월에 구글, 12월에 페이스북을 반독점법 위반 혐의로 제소

* FTC와 법무부는 구글을 제소하면서 인터넷 검색 시장에서의 독점력을 이용하여 스마트폰 제조사와 자사 간 서비스 우대 계약을 맺어 공정경쟁을 저해하고, 서비스의 질을 저하시키고 이로 인해 소비자의 선택권이 침해되었다고 주장

* 이에 대해 워싱턴 DC 연방법원은 2021년 6월 28일 FTC 등이 페이스북을 대상으로 제소한 반독점 소송에서 독점력 입증 근거가 부족하고 해당 인수합병에 대한 제소가 시기상 너무 늦었다는 점을 내세워 기각

○ 이번 법률안 패키지에 도입된 지정플랫폼(covered platform) 제도가 가장 중요한 항목으로 볼 수 있는 것은 시장획정 등의 전통적인 절차가 복잡하고 어려운 과정이었기 때문

* 신속한 규제 적용을 위해 플랫폼 반독점 규제대상에 포함되는(covered) 플랫폼을 사전

5) 5개 법안은 ‘미국 선택과 혁신 온라인 법(American Choice and Innovation Online Act)’, ‘플랫폼 독점 종식 법(Ending Platform Monopolies Act)’, ‘서비스 전환 활성화를 통한 호환성과 경쟁 증진 법(Augmenting Compatibility and Competition by Enabling Service Switching Act; ACCESS Act)’, ‘플랫폼 경쟁과 기회 법(Platform Competition and Opportunity Act)’, ‘기업 합병 신청비용 현대화 법(Merger Filing Fee Modernization Act)’임. 이 중 마지막 현대화 법안은 법 집행을 위한 경쟁당국의 예산 확충을 지원하기 위한 법률임.

에 지정하고 특별한 사정이 없는 한 10년간 유지

- * 지정 플랫폼에 대해서는 자사 상품을 다른 회사의 상품에 비해 우대하지 못하도록 차별금지 조항을 두었고, 지정 플랫폼이 다른 사업부를 두고 지정 플랫폼에서 상품을 파는 것도 이해상충을 이유로 금지
- * 또한 지정플랫폼이 보유하고 있는 데이터의 이동성을 높이기 위해 사용자(user)와 입점업체(사용자 동의 필요)의 요구가 있을 경우 기계로 판별할 수 있는 형식으로 안전하게 데이터를 제3자에게 이전할 수 있도록 데이터 접근에 대한 인터페이스 등 데이터접근성의 투명성을 보장하도록 규정

□ (유럽연합: EU) EU는 2010년대초부터 빅테크 기업의 반경쟁 행위에 대한 조사를 시작하였으며 디지털세 도입 시도, 데이터 공유 의무화 등 플랫폼에 대한 규제 강화도 비교적 빠르게 진행

- EU 차원에서 빅테크 및 플랫폼 규제 입법은 2015년 5월 디지털 단일시장 전략(Digital Single Market Strategy)을 발표한 시점부터 본격적으로 추진
- 2016년부터 시작한 온라인 플랫폼 시장에 대한 조사 결과를 토대로 2020년 6월 2일 EC는 디지털서비스법(Digital Services Act; DSA) 패키지와 새로운 경쟁법 수단(NCT, New Competition Tool)의 도입에 관한 로드맵을 제시
- 2020년 12월15일에 디지털서비스법 패키지에 해당하는 디지털서비스법(DSA)과 디지털시장법(Digital Market Act; DMA) 초안을 공개
 - * 디지털서비스법안은 거대 온라인 플랫폼을 겨냥하고 있으며, 해당하는 기업이 기본권을 침해하고 선거, 공중보건 등에 영향을 주기 위한 의도적 시도 등 플랫폼을 악용하는 일이나 불법 콘텐츠에 대한 대응을 강화하는 내용을 포함
 - * 플랫폼이 규정을 위반할 경우 해당 기업 연간 매출액의 6%까지 벌금을 부과할 수 있으며, 반복적으로 위반할 경우에는 플랫폼의 영업을 일시적으로 금지 가능
 - * 디지털시장법안은 대규모 온라인 플랫폼을 게이트키퍼(gatekeeper)로 지정하고 불공정 경쟁을 방지하기 위해 게이트키퍼가 이행해야 하는 의무사항과 금지사항을 제시

□ (영국) 영국에서도 의회를 중심으로 디지털 플랫폼에 대한 시장조사를 실시하였고 이에 따른 제반 문제점을 해결하기 위한 규제방향을 제시

- 우선 디지털시장부서(Digital Markets Unit, DMU)를 영국의 시장감시기구인 경쟁시장청(CMA, Competition and Markets Authority) 내에 2020년 4월에 설치
- 디지털 분야의 규제 영향 평가, 규제사각지대 해소, 디지털 시장에서의 새로운 위험 포착, 디지털 시장의 소비자 반응 조사 등의 기능을 수행
- CMA는 실질적이고 확고한 시장지배력을 보유하고 있고 그 시장지배력의 영향이 특히 광범위하며 중요한 기업을 전략적 시장지위(Strategic Market Status)를 가진 것으로 규정하고 이들에 대해 새로운 행동강령(code of conduct)을 제시
 - * 이러한 행동강령에 법적 구속력을 부과하고 이를 통해 영국 정부는 빅테크 기업들이 내린 결정을 중지, 차단, 반복하게 할 수 있으며, 규정을 준수하도록 명령하고 규정을 이행하지 않는 경우 벌금(전세계 수익의 최대 10%까지) 부과 가능
 - * 또한 CMA는 사회관계망서비스(SMS, social media service)에 대해서는 강화된 합병규칙을 적용하여 SMS 합병과 관련된 거래를 보다 면밀하게 조사
- 빅테크 플랫폼이 관여하는 업무가 다양하기 때문에 CMA에 설치된 DMU를 범정부적인 독립관청으로 승격할 것에 대한 논의도 진행 중

[발제2]

금융플랫폼의 성장과 금융소비자보호 방향

윤민섭 연구위원
(한국금융소비자보호재단)

eandp@invedu.or.kr

디지털 금융환경에서의 금융소비자보호 정책

(2021.11.03)

한국금융소비자보호재단
금융소비자연구센터
윤민섭 연구위원(Ph.D.)
MinSeop Yun(eandp@kfcpf.or.kr)

목차

1. 한국의 디지털 금융환경
2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점
3. 금융소비자보호의 방향성

1. 한국의 디지털 금융환경

- IT 기술 및 핀테크 산업의 발달로 디지털금융 활성화
 - ✓ 2008년 금융위기 이후 강화된 금융규제로 인해 약화된 금융접근성을 높이는 방향으로 핀테크가 활용됨

<디지털 경제 확산과 금융산업구조의 변화>



* 출처 : 한국은행, 2021

3

1. 한국의 디지털 금융환경

- 한국은 핀테크 산업 육성전략을 채택하면서 디지털 금융으로 전환 추진
 - ✓ 2015년 5월 「핀테크 산업 활성화 방안」을 발표

<핀테크 산업 육성 추진 전략>



* 출처 : 금융위원회

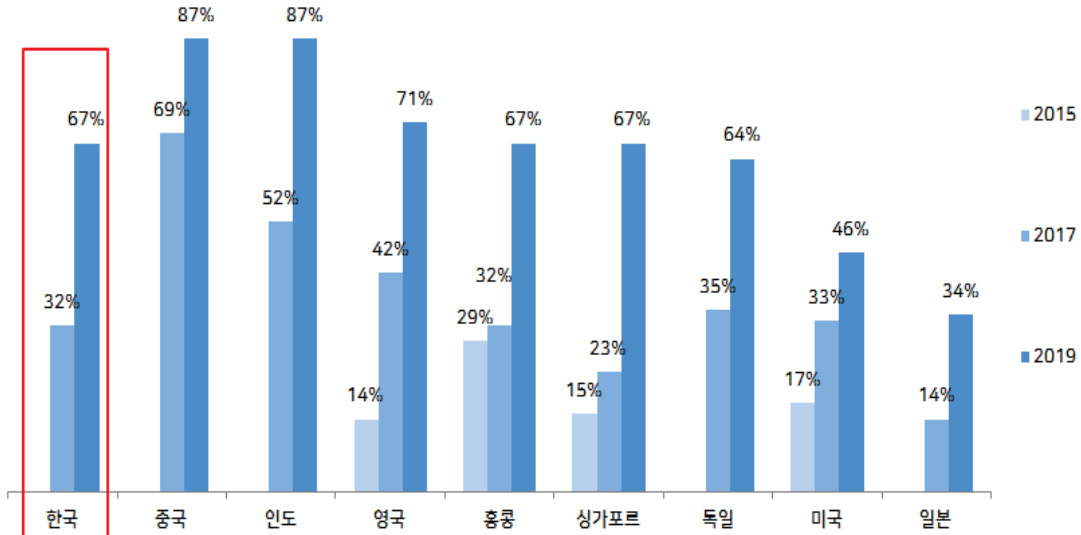
- ✓ 2019년 「금융혁신지원 특별법」 및 금융규제샌드박스 시행
 - ❖ 21년 9월 기준 혁신금융서비스 153건 지정, 94건의 서비스가 출시

4

1. 한국의 디지털 금융환경

- 한국은 간편결제 및 송금을 시작으로 활성화되고 있으며 이미 생활속에 자리잡고 있음

<국가별 핀테크 도입 지수(Ernst & Young)>



주. 한국은 2017년부터 조사하는 것으로 지수는 조사대상 중 최근 6개월간 2개 이상의 핀테크 서비스를 이용한 비율이 기준임

* 출처 : 금융위원회

5

1. 한국의 디지털 금융환경

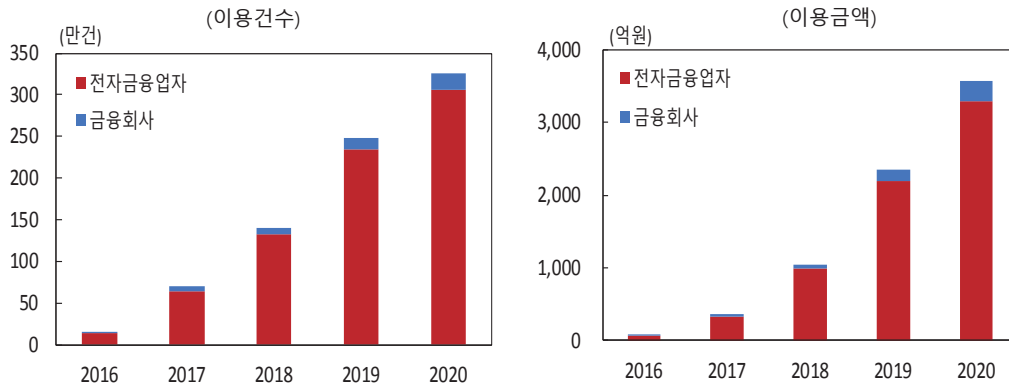
- Ernst & Young(2019) 보고서에 따르면 핀테크에 대한 소비자의 인지도는 전세계적으로 높은 수준임
 - ✓ 금융인프라가 부족한 인도, 중국 등이 높은 반면, 미국, 영국 등 전통적으로 금융인프라가 구축되어 있는 국가에서는 낮게 나타나고 있으나, 정책적으로 육성 및 지원하는 경우 핀테크 도입지수가 높아짐
 - ✓ 핀테크에 대한 소비자 인지도는 송금·지급결제(96%), 보험(86%), 투자(78%), 대출(76%) 등 대부분의 분야에서 높은 수준이며,
 - ✓ 한편, '19년에는 보험 분야의 이용률이 크게 증가('15년 8% → '17년 24% → '19년 48%)
 - ✓ 한국의 경우 토스의 사례를 보면 앱사용자는 2,000만 명을 넘어섰으며, 월간 이용자수(MAU)도 1,100만 명 수준으로 집계
 - ❖ 2021년 6월말 기준 인구통계에 따른 20세 이상의 인구인 약 4,300만 명의 절반에 가까운 사람이 토스앱을 사용한다는 의미

6

1. 한국의 디지털 금융환경

- 한국의 디지털 금융의 이용도는 지속적으로 증가하고 있음
 - ✓ 국내 간편송금 서비스 이용실적은 2020년 기준으로 일평균 326만건, 3,566억원으로 전년대비 각각 31.1%, 52.0% 증가하는 등 지속적으로 이용실적이 증가하고 있음

<간편송금 서비스 이용율>



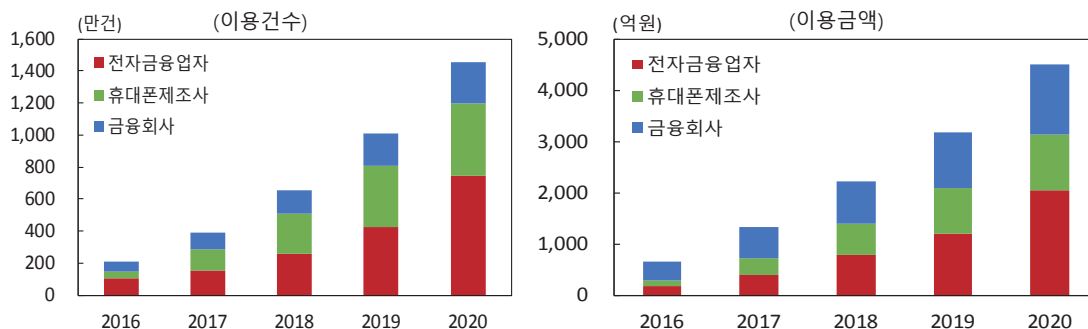
* 출처 : 한국은행, 2021

7

1. 한국의 디지털 금융환경

- ✓ 간편결제 서비스 이용실적은 2020년 기준으로 일평균 1,455만건, 4,492억원으로 전년대비 각각 44.4%, 41.6% 증가하는 등 지속적으로 이용실적이 증가
 - ❖ 금융회사 및 휴대폰소액결제보다, 전자금융업법상 선불전자지급수단 등의 이용실적이 급증

<간편결제 서비스 이용율>



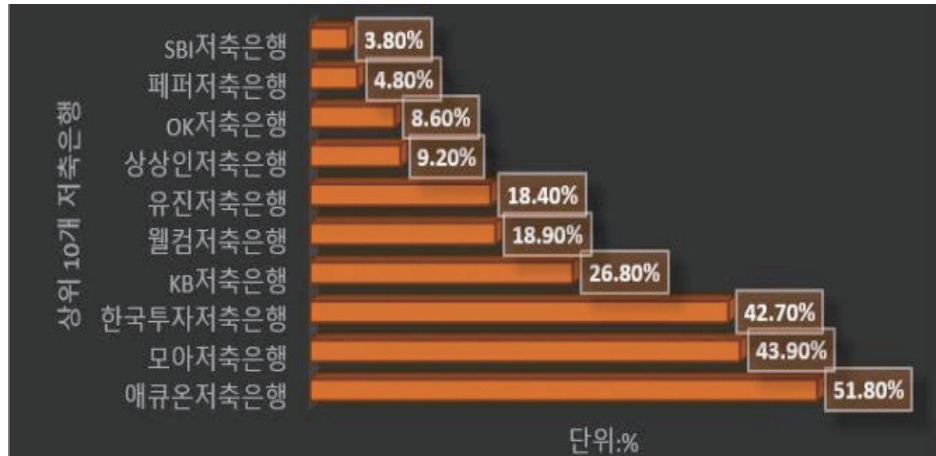
* 출처 : 한국은행, 2021

8

1. 한국의 디지털 금융환경

- 2019년부터 혁신금융으로 지정받아 시작된 대출비교 중개서비스는 저축은행 중심으로 활성화
 - ✓ 10개 저축은행의 누적 신규 개인신용대출 12조2215억원 중 18.9%(2조 380억원)가 대출 비교 플랫폼을 통해 취급

<대출비교서비스를 통한 저축은행 중개 비중>



* 출처 : 금융감독원 및 글로벌 이코노믹

9

2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

- 디지털 금융으로의 전환은 매우 급속도로 이루어지고 있어, 기존의 금융소비자 정책 및 법제도가 미처 쫓아가지 못하고 있음
 - ✓ 최근 맞춤형 광고와 중개의 구분 쟁점, 온라인 설명의무 이행 방법 등
 - ✓ 자유의지에 의한 선택 vs 유도된 선택
- 디지털 금융에서의 금융소비자 쟁점으로 아래의 사항을 살펴보고자 함

가. 금융소비자의 자기책임원칙 강화

나. 디지털 금융소외 현상

다. 판매행위의 모호성

라. 설명의무의 변화

10

2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

가. 금융소비자의 자기책임원칙 강화

- 디지털 환경에서는 금융회사는 정보를 제공하고, 금융소비자는 해당 정보를 바탕으로 스스로 선택하는 방식으로 계약 체결
 - ✓ 기존의 오프라인 금융환경에서는 금융회사가 금융소비자에게 적합한 금융상품을 이해하기 쉽게 설명하였는가가 중요한 쟁점으로 그에 대한 입증책임 등이 금융회사에게 부과하여 다양한 확인절차를 거치도록 하고 있었음
- 적합성 원칙보다 적정성 원칙 적용 증가
 - ✓ 금융소비자의 주관적 진술에 의존하던 금융정보분석(투자성향분석등)이 데이터 공유 및 마이데이터 산업활성화로 객관화되면서 금융소비자가 자유의지에 의한 선택으로 금융상품계약이 체결될 가능성이 높음.
 - ✓ 또한 추천 및 권유보다 금융상품에 대한 비교탐색이 가능해짐에 따라 적합성 원칙보다는 적정성 원칙이 적용되는 사례 증가 예상

11

2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

- 자기책임이 강화되는 디지털 금융에서는 금융상품에 대한 이해도 등 금융소비자의 금융역량이 중요한 요소임
 - ✓ 「2020 전국민 금융이해력 조사」(한국은행 및 금융감독원 공동 실시)에 따르면 우리나라 성인(만18~79세)의 전반적 금융이해력은 대체로 양호하나, 노년층은 금융지식, 청년층은 금융태도 점수가 상대적으로 취약

<금융이해력 평균 및 연령층별 금융역량>



* 출처 : 금융감독원

12

2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

나. 디지털 금융소외 발생

- 전통적인 금융소외는 낮은 신용, 지역적 특징 등이 금융접근성 기준
- 디지털 금융에서는 디지털 기기의 활용능력, 금융상품 이해력 등이 금융접근성에 대한 기준이 됨
 - ✓ 4대 정보취약계층(장애인 · 저소득층 · 농어민 · 고령층)의 디지털정보화 수준은 일반국민 대비 72.9%에 불과
 - ✓ 세부적으로, 정보취약계층의 디지털정보화에 대한 접근수준은 일반국민 대비 93.7%로 양호하다 볼 수 있으나, **역량수준은 60.3%, 활용수준은 74.8%**로 정보취약계층의 디지털기기 이용역량이나 활용수준은 상당히 취약

13

2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

<디지털 생활정보서비스 이용률>

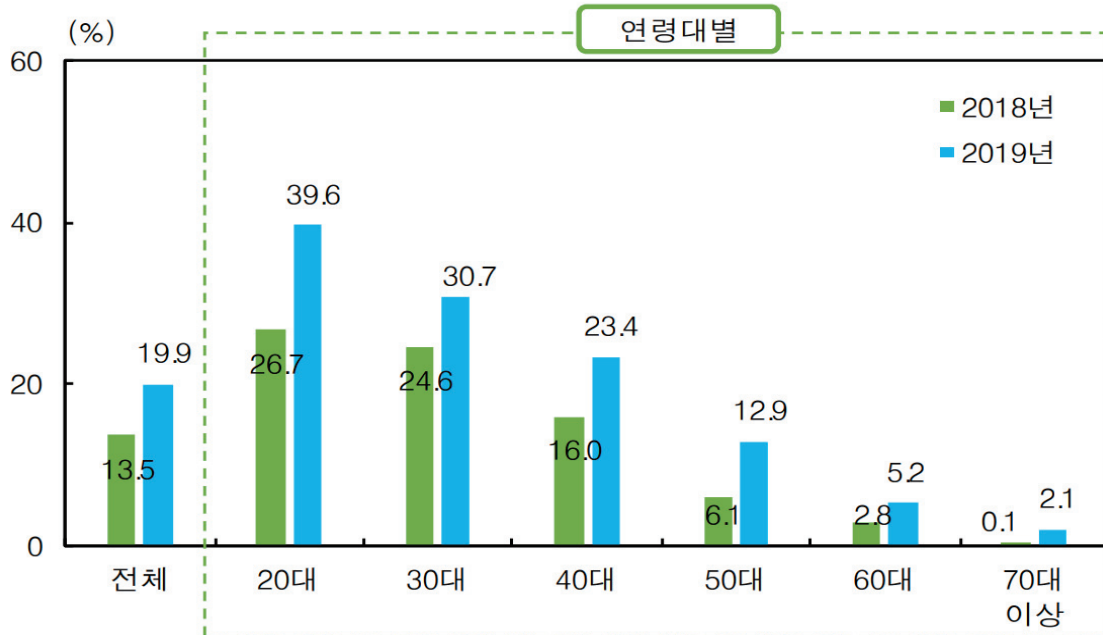
	생활정보 서비스	전자상거래 서비스	금융거래 서비스	공공서비스
일반국민	85.2%	64.1%	60.8%	35.4%
장애인	87.5%	55.1%	51.0%	31.4%
저소득층	88.4%	55.7%	52.4%	31.9%
농어민	83.3%	44.4%	48.2%	24.3%
고령층	79.6%	37.0%	41.1%	19.3%

자료: 과학기술정보통신부 「2020 디지털정보격차 실태조사」(연구자 재구성)

14

2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

<인터넷전문은행의 모바일 뱅킹서비스 이용비율>



자료: 한국은행

15

2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

- 전통 금융회사도 비대면으로 전환하면서 경영실적 개선 등을 위해 영업점포를 폐쇄하는 등 대면거래의 접점이 감소하면서 금융소외 심화
 - ✓ 최근 5년(2016~2020년)간 은행점포는 다음의 표와 같이 약 876개 감소

<2020년 말 기준 국내은행 점포 변화>

(단위: 개)

구분	'15말	'16말	'17말	'18말	'19말	'20말
시중은행	4,314	4,144 (△170)	3,861 (△283)	3,834 (△27)	3,784 (△50)	3,546 (△238)
지방은행	964	967 (+3)	952 (△15)	933 (△19)	933 (-)	889 (△44)
특수은행	2,003	1,990 (△13)	1,976 (△14)	1,999 (+23)	1,992 (△7)	1,970 (△22)
합계	7,281	7,101 (△180)	6,789 (△312)	6,766 (△23)	6,709 (△57)	6,405 (△304)

주: 특수은행은 산업은행, 기업은행, 수출입은행, 농협은행, 수협은행 등임
자료: 금융감독원(업무보고서 기준)

16

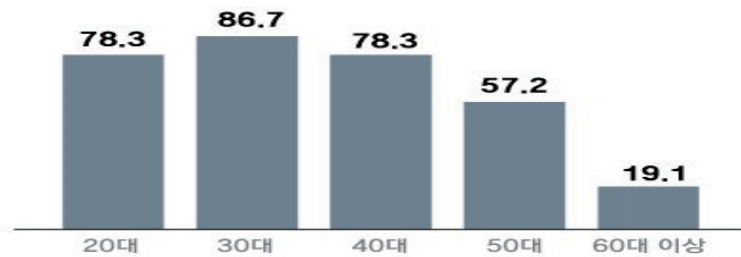
2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

- 비대면 방식의 디지털 금융을 이용하지 못하면 우대금리 등을 적용받지 못함
 - ✓ 올해 상반기 5대 시중은행(KB국민·신한·하나·우리·NH농협은행)에서 20~30대 적금 가입자의 82.8%는 비대면으로 했다. 반면 60세 이상에선 80.9%가 영업점 창구에서 대면으로 적금에 가입

<연령별 비대면 적금 가입비율>

연령별 비대면 적금 가입 비율

단위: %, 2021년 6월 기준



자료: 윤관석 의원실, 금융감독원

The JoongAng

17

2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

다. 판매행위의 모호성

- 오프라인 금융에서는 광고, 추천 및 권유 등의 판매행위간 구분이 명확하였음
- 디지털 금융에서는 금융소비자의 금융정보등을 활용하여 맞춤형 금융상품을 추천하는 등의 방식으로 마케팅 가능
 - ✓ 빅데이터만을 활용하는 경우 광고로 볼 수 있지만, 금융소비자의 신용점수, 투자성향 등과 같은 정보를 활용하는 경우 금융소비자보호법상 권유에 해당할 가능성 높음

18

2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

- ✓ 즉, 일반 재화 등에서 추천으로 용인되던 행위는 금융분야에서는 권유에 해당하여 적합성 원칙 등 판매규제 적용
- ✓ 그 밖에 소비자 식별정보제공, 결제 및 내역 정보열람 등 기존 전자상거래에서 광고 및 부가 서비스의 형태로 이루어지던 것도 금융에서는 다르게 판단될 수 있음
- 판촉행위로서 광고와 판매행위로서 권유간 경계가 모호해짐에 따라 규제적용을 위한 기준 필요
 - ✓ 금융소비자의 이용정도, 판매과정 전반 및 판매업자와의 계약내용* 등 제반사항을 객관적으로 판단

* 판매실적에 따른 수수료 지급여부, 상품 공급규모 결정권한 등

19

2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

라. 설명의무의 변화

- 설명의무는 원칙적으로 대면 또는 실시간 대화 등을 전제하고 하여 금융소비자 충분히 이해하여야 이행한 것으로 봄
 - ✓ 금융소비자보호법 제19조(설명 의무) ① 금융상품판매업자등은 일반금융소비자에게 계약 체결을 권유하는 경우 및 일반금융소비자가 설명을 요청하는 경우에는 다음 각 호의 금융상품에 관한 **중요한 사항을 일반금융소비자가 이해할 수 있도록 설명하여야 한다.**
- 디지털 금융에서는 주로 비대면으로 금융상품판매행위가 이루어지므로 사실상 설명의무가 아닌 정보제공 및 수신확인 의무에 가까움
 - 확인 방식 및 Default 값을 무엇으로 하는가에 따라 설명의무의 형해화 위험 상존

20

3. 금융소비자보호의 방향성

가. 금융소비자의 역량 강화

- 금융소비자의 자기책임원칙이 강화되는 만큼 금융소비자의 역량에 대한 강화 필요

1) 실효성 있는 금융역량조사 실시

- 현재 한국은 17여개의 질문으로 구성된 금융이해력 조사 실시
- 영국, 미국 등 해외 주요국은 국민의 심층적인 금융역량 수준을 파악하기 위하여 구조화된 설문으로 금융역량조사를 설계 및 시행
 - ✓ 영국 금융연금서비스(MaPS)의 '금융역량조사'(Financial Capability Survey), 미국 증권업자율감독기구(Finra) 산하 투자자교육재단의 '전미 금융역량조사'(National Financial Capability Survey), 미국국립신용상담재단(NFCC)의 '금융이해력 조사'(Financial Literacy Survey) 등이 대표적인 사례

21

3. 금융소비자보호의 방향성

2) 금융교육 체계 개편

- 금융위원회, 금융회사 및 민간단체의 협력체계 구축
 - ✓ 현재 한국은 금융회사의 1사 1교 및 민간단체 등에 의존하여 실질적 한계가 있음
 - ✓ 금융회사등이 사회공헌활동의 일환으로 금융교육에 필요한 재원을 지원
 - ✓ 금융교육협의회가 해당 재원을 바탕으로 금융교육사업을 추진
 - 재원의 관리 및 집행은 비영리법인 등이 담당
 - ✓ 비영리법인 등은 교육콘텐츠 제작 및 강사양성 등 실질 교육업무 담당
 - 현재 법무부의 법교육의 경우 법무부가 정책을 비영리법인 등이 강사양성 등 실질 교육업무 담당

3) 학교교육과의 연계 강화

- 초중고의 기초 교육으로 금융교육 포함 필요
 - ✓ 영국의 경우 공립학교 11~16세 필수 이수과목인 '시민성(Citizenship)'에 금융교육을 포함. 미국의 경우 7개 주에서는 금융을 고등학교 졸업을 위한 필수 이수과목으로 지정

22

3. 금융소비자보호의 방향성

나. 디지털 금융소외 현상 완화 정책 추진

1) 정보취약계층 대응체계 구축

■ 취약계층의 범위에 정보취약계층 포함

- ✓ 금융소비자보호법은 금융상품판매업자 등과 같은 금융업자에게 내부통제기준으로 취약계층에 대한 대응방안을 마련하도록 규정하고 있으나, 취약계층의 범위에 정보취약계층이 포함되는가 명확하지 않음
- ✓ 2021년 영국의 FCA는 취약 금융소비자란 인지 장애, 건강 불량, 낮은 금융역량 등 개인적인 원인으로 금융 관련 피해를 입기 쉬운 사람으로 정의하면서 취약금융소비자를 상대로 금융회사가 취해야할 대응지침을 발표
 - ① 취약 금융소비자 이해, ② 직원 역량 강화 및 지원, ③ 금융상품 및 서비스 설계, ④ 고객서비스, ⑤ 의사소통, ⑥ 모니터링 및 평가 등을 대응체계에 반영하도록 하도록 함

23

3. 금융소비자보호의 방향성

<취약성을 유발하는 4가지 주요요인과 관련된 특성(영국 FCA)>

건강 (Health)	생애 사건 (Life events)	재정적·감정적 충격에서의 회복력 (Resilience)	금융역량 (Capability)
신체적 장애	은퇴	부족하거나 비정기적인 수입	재무관리 관련 지식이나 자신감 부족
심각하거나 장기적인 질병	가족과의 사별	과도한 부채	문해력이나 산술능력 부족
청각 또는 시각 장애	소득 충격	저축액 부족	디지털 능력이 부족하거나 부재
중독	가정폭력 (경제적 통제 포함)	감정적 회복력 부족	학습 장애
저지능 혹은 인지장애	부양책임		도움이나 지원을 받기 어렵거나 불가능
자료: 금융소비자보호재단	이민, 망명, 인신매매, 유죄 선고 등 금융서비스 경험에 영향을 미칠 수 있는 상황		

24

3. 금융소비자보호의 방향성

2) 정보취약계층의 금융접근성 향상을 위한 제도 개선

- 취약계층의 특성을 고려한 접근성 향상 방안 마련
 - ✓ 금융교육, 디지털 교육 강화 등 추진도 하나의 방안임
 - ✓ 정보취약계층에게 비대면 금융을 이용하도록 강제하는 것은 적합한 방법이 아님
 - ✓ 신용협동조합 등과 같은 지역기반 금융회사가 지역금융을 보다 활성화할 수 있도록 제도적 지원 및 지역금융의 주축으로 보는 인식의 전환 필요
 - ✓ 우체국 등을 활용할 수 있도록 은행대리업 등을 허용하는 방안 고려

25

3. 금융소비자보호의 방향성

다. 판매행위의 기준 수립 및 관련 규제 정비

1) 금융상품중개 및 대리행위의 기준 명확화

- 현행 규제는 오프라인 판매행위를 중심으로 하고 있어, 디지털 환경의 변화를 반영하고 있지 않음
- 디지털 금융에서는 광고와 판매의 행위사이에 할 수 있는 행위의 스펙트럼이 다양함
- 따라서 금융소비자보호법상 판매행위로 볼 수 있는 원칙 및 최소한의 기준의 수립 필요
 - ✓ 예를 들어, 개별 금융소비자의 금융정보가 권유 등을 목적으로 활용되는 경우 이는 판매행위로 볼 수 있음
 - ✓ 다만, 디지털 금융에서는 구체적 행위가 매우 다양하기 때문에 금융당국과 사업자간 유기적인 협력체계를 구축하고, 비조치의견서 등을 보다 적극적으로 활용하는 방안도 고려할 필요가 있음

26

3. 금융소비자보호의 방향성

2) 진입규제 등 관련 규제 정비

- 금융상품판매업자등의 대한 진입규제는 대출모집인에 대한 경우만 제외하고는 개별금융업법에 규율하고 있음
- 이에 따라 법률상 규제가 상이하여, 사실상 영업이 불가능한 영역도 존재하게 됨
 - ✓ 예를 들어, 보험상품비교 및 추천은 중개에 해당하는 경우 보험대리점 등의 등록을 해야하나, 마이데이터 사업자는 보험대리점(GA) 라이선스를 취득하는게 허용되지 않았음(최근 신용정보업감독규정 개정으로 가능해짐). 또한 투자권유의 경우 현재 법인은 투자권유대행인이 될 수 없음
- 따라서 금융소비자의 편익 증대를 위해서는 관련 진입규제 등의 정비 필요

27

3. 금융소비자보호의 방향성

라. 디지털 금융에 적합한 설명의무 설계

- 설명의무는 금융소비자가 이해하였는가가 핵심요소임
- 디지털 금융환경에서는 금융소비자가 이해하였는지 확인하는 것이 사실상 불가능하므로 소비자의 금융 역량, 디지털 역량 및 온라인 매체의 특성을 종합적으로 고려한 설명서 작성기준 마련 필요
 - ✓ 이때 작성기준에는 스크롤 속도, 확인여부 체크시 기본값 설정 방식 등과 같이 방식에 대한 최소기준 포함 필요
 - ✓ 현재 TM방식에 의한 금융상품판매의 경우 설명하는 시간 등에 대한 규제 존재

28

Q & A

감사합니다

2021

■ 지정토론

한창희 공동대표
금융소비자네트워크

장성원 사무처장 (핀테크산업협회)

최민식 교수 (경희대학교 법무대학원)

송민수 팀장 (한국소비자원)

조영기 사무국장 (인터넷기업협회)

김영근 사무관 (금융위원회 금융소비자정책과)

MEMO

MEMO

MEMO

MEMO

MEMO