

대부업 광고의 합리적인 규제방안 모색을 위한 네트워크 포럼

『대부업 광고 이대로 좋은가』

- 일 시 : 2013년 12월 23일 (월) 14:00~16:00
- 장 소 : 국회 의정관 101호
- 공동주관 : 국회의원 이학영 · 국회의원 심재철
- 주 최 : 금융소비자네트워크

대부업광고 이대로 좋은가?

우리나라의 가계부채 총액이 1,000조대에 진입하면서 빚을 둘러싼 우려가 점차 커지고 있습니다. 돈다발이 날아다니고 전화 한통화로 돈을 빌릴 수 있다는 광고가 넘쳐나고 있는 지금의 상황을 그대로 두어도 괜찮은 것인지, 아이들에게 어떤 영향을 미치고 있는 것인지 걱정하지 않을 수 없는 현실입니다.

과연 우리나라 대부업 시장이 건전한 경쟁과 합리성을 갖추고 있는지, 소비자보호는 적절하게 이루어지고 있는지, 빚 권하는 사회에 살면서 금융소비자를 방치하는 것은 아닌지 다시금 돌아보아야 할 시점입니다. 이에 대부업광고의 효과적인 규제방안 모색을 위한 자리를 마련하고자 하오니 바쁘시더라도 오셔서 고견을 나누어 주시기 바랍니다.

「프로그램 및 안내」

- 주제 : 대부업 광고의 합리적인 규제방안 마련을 위한 네트워크 포럼
- 일시 : 2013년 12월 23일(월) 14:00~16:00
- 장소 : 국회 의정관 101호
- 주관 : 국회의원 이학영 · 국회의원 심재철
- 주최 : 금융소비자네트워크
- 프로그램

사회 - 조윤미 (녹색소비자연대 공동대표)

시 간	프 로 그 램
13:50 ~14:00	등록 및 접수
14:00 ~14:10	인사말씀 국회의원 이학영 · 국회의원 심재철
14:10 ~14:20	내빈 소개 및 토론 제언 이성환 (변호사, 녹색소비자연대 공동대표)
14:20 ~ 15:00	발제1. 우리나라 대부업 관리방안과 광고규제의 필요성 윤형호 (서울연구원 시민경제연구실 실장) 발제2. 대부업 광고문제와 규제방안 고상연 (민주당 이학영 의원실 보좌관)
15:00 ~ 15:50	좌장 : 이성환 (법무법인 안세 변호사, 녹색소비자연대 공동대표) 종합토론 - 강형구 (금융소비자연맹 국장) 김정곤 (금융감독원 대부업검사실 팀장) 이동문 (서울시 민생경제과 민생대책팀장) 이은희 (인하대학교 생활과학부 교수) 제윤경 (금융정의연대 상임이사) 최광호 (방송통신심의위원회 방송광고심의팀 팀장)
15:50 ~ 16:00	폐회 및 해산

*참석자는 가나다순이며, 세부일정 및 참석자는 사정에 따라 변경될 수 있습니다.

인 사 말 씀

국회의원 이학영

국회의원 심재철

안녕하십니까? 국회의원 이학영입니다.



대부업 TV광고 금지를 위한 토론회에 참석해주신 모든 분들께 감사 말씀을 드립니다.

우리나라 가계부채 총액이 1,000조 대에 진입하였고, 많은 국민들이 크고 작은 채무에 시달리고 있습니다. 이 중 상당 부분이 대부업 대출, 고금리 사채 이용자들인 현실입니다.

또한 대부업을 접하게 되는 매체 중 가장 접근성이 높은 것이 TV광고입니다. TV의 특성상 광고의 노출이 쉽고 대상의 범위가 넓기 때문에, 그 파급효과가 타 매체에 비해 높습니다. 이에 아동과 청소년에게 많은 영향을 미칠 수 있습니다.

최근 대부업의 TV광고 양상을 보면, 대출을 빠르고 간편한 택시에 비유한다던가, 날아다니는 돈다발을 전화 한 통이면 빌릴 수 있다는 식으로 대출을 쉽고 간편한 것으로 표현하고 있습니다.

특히 TV광고는 따라하기 쉬운 주제곡이나 홍보문구 반복으로 금융에 대한 가치관이 형성되지 않은 우리의 아이들에게 어떤 영향을 미칠지 걱정하지 않을 수 없는 현실입니다.

뿐만 아니라 TV광고는 시간의 제한이 있어, 대부업의 높은 이자율이나 가혹한 추심에 대한 정보가 충분히 전해지기 어려운 특성을 고려하면 성인 역시 부정적 영향권에서 예외는 아닙니다.

그리고 대부업 광고에서 보는 것처럼 쉽게 대출을 받았지만 갚아나가는 과정은 그리 쉽지 않습니다. 실제로 한국소비자원의 조사결과에 따르면, 대부업 이용자 3명중 1명이 추심과정에서 욕설과 폭행, 장기매매 및 성매매 강요 등의 추가적인 피해를 입고 있는 것으로 나타났습니다.

이런 어두운 면은 뒤로 한 채 TV에서 친숙한 것으로 비춰진다면 우리 아이들에게 대부업이 사뭇 다른 의미로 받아들여질 것입니다. 이를 막기 위해 대부업 광고의 효과적 규제방안을 마련해야 하며, 오늘 토론회 역시 이와 같은 관점에서 접근하는 것이 필요하다고 생각합니다.

오늘 고견을 들려주실 토론자분들께 감사드립니다. 아울러 이 토론회를 주최해주신 금융소비자네트워크와 심재철 의원님께도 깊은 감사를 드립니다.

감사합니다.

안녕하십니까? 심재철 의원입니다.



먼저 바쁘신 일정에도 대부업광고의 효과적인 규제방안 마련을 위한 자리에 참석해주신 귀빈 여러분들과 금융소비자네트워크 관계자 여러분께 진심으로 감사의 말씀 드립니다.

최근 한 설문조사 결과, 대부업 이용자가 대부업체를 알게 된 계기는 TV광고(26.5%), 인터넷광고(25.2%), 신문광고(6.2%) 순으로 나타났습니다. 특히 TV, 인터넷광고, SNS에 대한 접근성이 이전 세대들보다 높은 어린이, 청소년들의 경우 금융지식이 부족한 상태에서 대부업 대출의 위험성을 제대로 알지 못한 채로 대부업 광고에 무분별하게 노출되고 있습니다.

무차별적이고 일방적인 대부업 광고로 인해 금융지식이 취약한 계층이 재정상황의 여건에 맞지 않게 대출을 손쉬운 돈빌리기 썸으로 여기기도 하고, 특히 청소년이 주로 시청하는 시간대나 어린이 전용 채널에까지 무분별하게 대부업 광고가 방영되면서 자라나는 아동, 청소년들이 그릇된 경제관념을 가지게 될까 걱정됩니다.

저는 지난 5월 어린이와 청소년이 시청하는 시간대에는 대부업 방송광고를 금지하도록 하는 「대부업 등의 등록 및 금융이용자 보호에 관한 법률」 개정안을 발의하였는데 이 자리를 통해 대부업 시장이 건전한 경쟁과 합리성을 유지하고, 소비자보호가 제대로 이루어질 수 있도록 대부업광고에 대한 효과적인 규제방안이 활발히 토론되기를 소망합니다.

끝으로 바쁘신 의정활동 중에도 공동주관에 참여해주신 이학영 의원님과 발제를 맡아주신 윤형호 서울연구원 연구위원님, 참석해주신 내·외빈 여러분들께 진심으로 감사의 말씀 올립니다.

2013년 12월 23일
국회의원 심재철

금융소비자네트워크의 토론을 위한 제언

이성환 (녹색소비자연대 공동대표)

발제 : 우리나라 대부업 관리방안과 광고규제의 필요성

윤형호(서울연구원 시민경제연구실 실장)

우리나라 대부업 관리 방안과 광고규제의 필요성

윤형호(서울연구소 시민경제연구실 실장)

서울시 대부업체 관리 감독 방안

윤형호 (서울연구원 연구위원)



1

1 연구의 배경 및 방법

2

연구의 배경

- 대부업의 민생침해 대책은 서울시장 선거 공약 32개 중 하나
 - 1년 시장평가에서 인지도와 만족도 낮아 “시급개선”정책으로 분류
 - 금융소비자 보호는 중요한 민생 이슈
- **서울시 대부업 4,700여개, 국내 대부업 이용자 약 252만명** (2011년)
 - ⇒ 대부업체 관리감독 정책을 수립하기 위해 조사와 정책제언 필요

3

연구방법

- 문헌 연구 : 국내 선행연구 검토
- 외국의 대부업 규제와 대부업 정책에 관한 사례분석
- 4,700여개 대부업체 개별 데이터 분석
 - 자본금, 주소, 이용자규모, 위법사항
- 현장조사 : 대부업 관리감독 모니터링
- 전문가 자문회의



최초의 실태조사

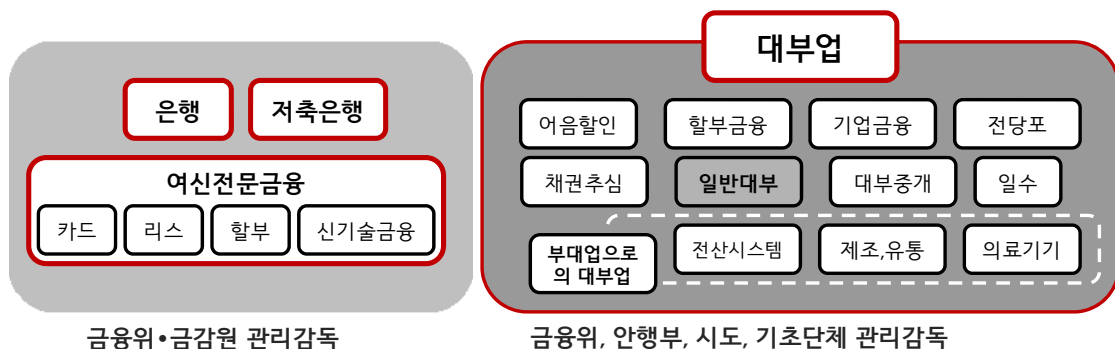
4

2 대부업법의 이해

5

대부업법의 정의

- 대부업
 - 금전의 대부를 업으로 하거나, 대부업의 등록을 한 자 (대부업법 제3조)
 - 광의의 범위: 본업과 관련하여 거래인과 소비자금융을 하는 소매업과 제조업 포함: 롯데백화점, 도시가스, 동원식품, IBM
 - 채권추심 (대부업법 제2조 제1호)
 - 대부중개 (대부업법 제2조 제2호,3호)
 - 기업금융, 할부금융, 전당포 등 이질적인 대부업무를 대부업법에 통합



6

대부업법

대부업법 관리감독 이중체계

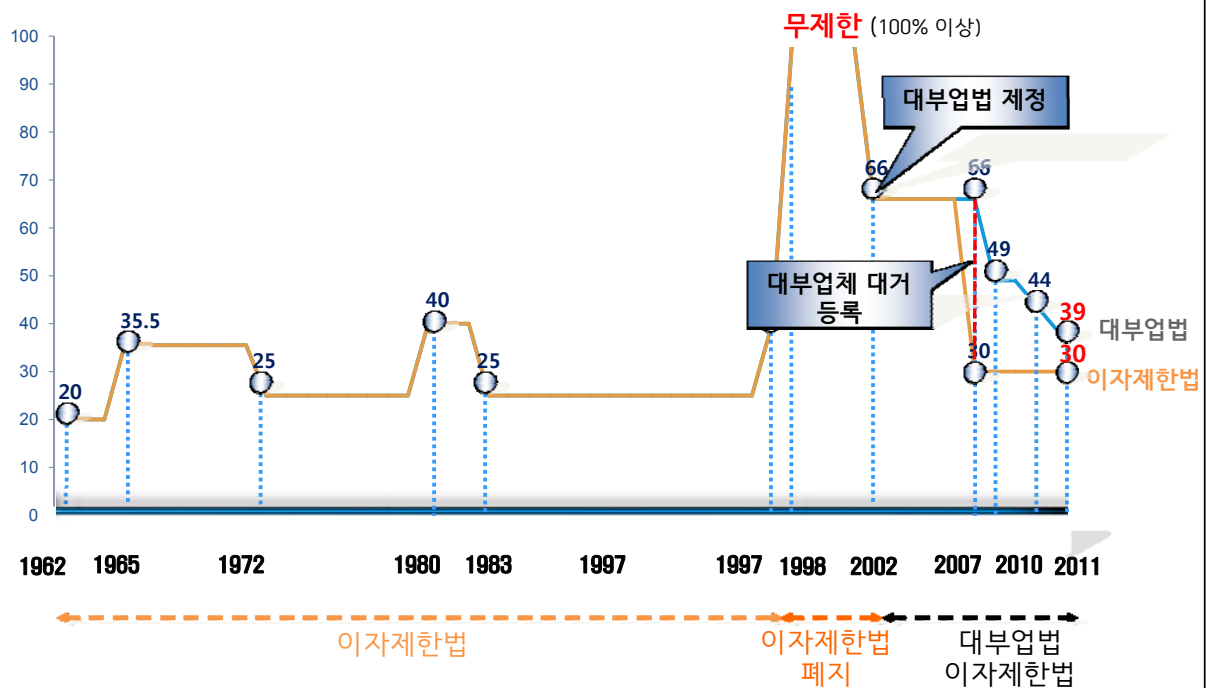
금융위 · 안행부	대부업법 주무관청: 금융위원회/ 안전행정부
	대부업 등록, 관리감독, 행정처분을 서울시 위임
	금융위는 업체수가 너무 많기 때문에 관리를 광역단체 위임
	다만 대부자산 100억원이상 대형업체는 금융감독원 관리감독. 행정처분 자치구
서울시	서울시는 이를 다시 등록, 관리감독, 행정처분을 자치구 위임

강남구 사례

지역경제과 유통팀 대부업 감독, 직원 4명, 금융감독원 직원 파견

- 서울시가 감독계획, 자치구 합동감독, 서울시전문공무원 법규위반 적발, 자치구 감독일지 작성 및 행정처분
- 감독원 A&P 감사 시 이자율위반 적발, 강남구가 영업정지 처분하도록 통보

금리상환 변천과정



3대부업 현황

9

대부업 및 대부업체 현황



• 2002년 대부업법 제정

순기능

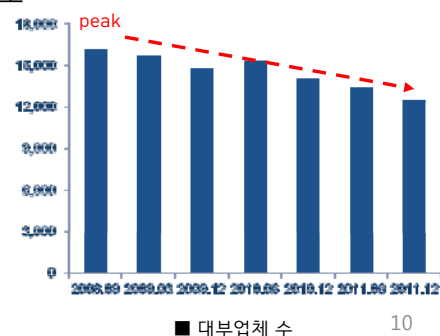
- 사채시장 양성화
- 금리 100%이상→ 현행 39%

역기능

- 영세업체 난립
- 비효율적인 관리감독 체계

• 최고금리 인하(44%→39%)에 따라 대부업체 수 감소

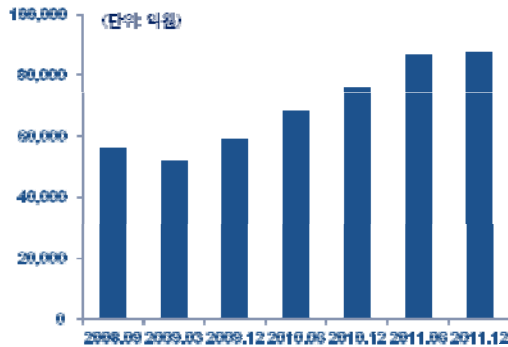
- 2011년 12월 기준 대부업체 수는 12,486개로 6월 말 13,384개 대비 6.7% 감소
- 개인대부업체 수는 11,811개로 상반기 대비 8% 감소
- 반면, 법인 대부업체 수는 1,625개로 증가
- 지역별로는 서울(4,309개), 경기(2,529개), 인천(574개) 등 수도권에 등록업체 60.3%가 집중



전국 대부업체 현황

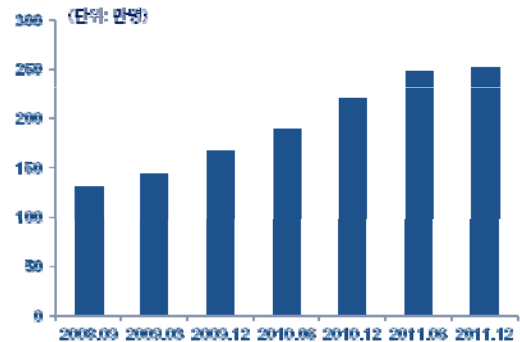


- 2008년 글로벌 금융위기 이후 대출 및 거래자 수 모두 크게 증가
 - 2011년 12월 기준 **대부잔액은 8조 7,175억원**, **거래자 수는 252.2만명**
 - 대부잔액과 거래자 수 각각 2011년 상반기 대비 0.9%, 1.9% 증가



자료: 금융위(2012.5)

■ 대부업 대출 규모



자료: 금융위(2012.5)

■ 대부업 거래자 수

11

대부업체 이용자 현황

(한국대부업협회, 2012)



- 자금용도: **가계생활자금**(55%), 기존 대출금 상환자금(20%)에 주로 사용
- 이용금액: **5백만원 이하**(62%), 5백만원~1천만원(26%)로 소액대출 이용
- 이자율: 이용자의 36%가 최고이자율(39%)를 초과하는 이자 지급
- 연체자 비중: 이용자의 97%가 연체기간이 3개월 이하
- 불법채권 추심: 이용자의 13%가 불법추심피해 경험
- 부채 상환능력: 이용자의 90%가 자력으로 부채상환 가능
- 필요자금: 정상적인 사회생활 복귀를 위해 필요한 자금 5백만원 이하(35%), 5백만원~1천만원 (26%), 1천만원~3천만원 (25%) 순
- 거래사유: 대출의 신속성 58%, 신용 및 소득이 낮아도 대출가능 22%
- 법률지식: 이용자 **13%가 대부업법 전혀 모름**
이용자는 상한금리 제한(22%), 중개수수료 수취금지(18%), 불법채권추심(17%) 인지

12

대부업체 이용자 현황

(한국대부업협회, 2012)

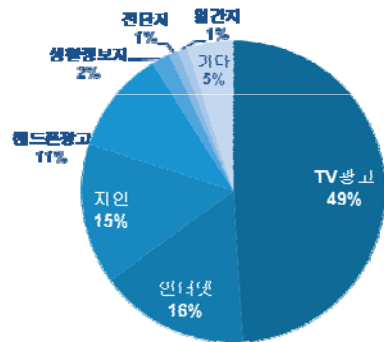


- 서민금융제도 인지도: 높지 않음

서민금융 119서비스(27%), 환승론(33%), 미소금융·햇살론·희망홀씨대출(49%)

- 이용경로: 케이블TV 등 TV광고 49%, 인터넷 16%, 지인 15%

■ 대부업체 이용경로



자료: 한국대부업협회(2012)

■ 대부 관련 소비자 피해 유형

피해유형	상당건수	구성비(%)
이자율 불만	87	24.0
수수료 편취	54	14.9
불법채권추심행위	37	10.2
개인정보 유출	25	6.9
신용조회 불이익	25	6.9
명의로용대출	24	6.6
스팸전화	24	6.6
신용카드깡 피해	22	6.1
시한이익상실 관련	13	3.6
계약서 등 서류 미교부	12	3.6
기타	39	10.8
	362건	100.0%

13

4 해외대부업 사례

14

일본 대부업 사례



(이민환·한재준, 2012)



형성기

- 1960년 전후: 고소득층 중심의 단지금융이 일본 대부업의 기원
- 1970년대: 경제성장과 더불어 샐러맨금융 일반화
지역밀착적인 금융업에서 점차 대규모 점포형으로 이행
개인신용정보기관 연합체 결성, 신용정보를 전국 규모로 관리

성장기

- 1983년: 대금업법 성립, 이자상한을 규정한 출자법 개정 하여 이자상한 109.5% → 73%로 하향 조정
- 1995년: TV광고 규제 해제
- 1999년: 대금업관련 3법(대금업법, 출자법, 이자제한법) 개정
⇒ 대출상한금리 40% → 29.2%로 인하, 채권추심행위에 대한 규제강화, 규제위반에 대한 벌칙 강화유지

2006년 제도개혁

- 출자법상 상한금리와 이자제한법상 상한금리 20%로 일치
- 연수입의 1/3을 초과하는 대출 금지, 대출정보공유
- 무등록 영업행위 규제 강화
 - 5년이하 징역, 1천만엔이하 벌금 → 10년이하 징역 또는 3천만엔이하 벌금
 - 최저자본 개인법인 구분없이 5천만엔으로 인상
 - 자격시험제도 실시, 대부업자는 일정수의 합격자 반드시 배치

15

일본 대부업 사례



(이민환·한재준, 2012)



제도개혁 이후

- 업체 수 '99년 대비 1/12로 감소, 대출잔고 '04년 12조 → '10년 5.3조엔
- 1천억엔~5천억엔사의 대형업체 비중 8.6% → 33.2%
- 신용정보 공유로 인해 개인신용에 대한 정보 비대칭성 완화, 개인신용에 상응하는 금리 부과

과잉대부 금지

- 개별대부액이 50만엔, 총대부액이 100만엔 초과 시, 변제능력조사
- 소득원천세증명, 수입, 재산을 기록한 내역을 정부에 제출
- 연수입의 1/3을 초과하는 대출 금지, 대출정보공유

업무취급 주임 제도

- 대부업무취급주임자 등록
- 자격시험
 - 대부업자는 영업소마다 자격자를 배치

16



대부업법은 규제와 차입자 보호 목적

- 면허, 매년 갱신, 법무부 IPTO (법무부 파산관리 기구)에서 교부
- 2만 달러의 보증금
- 영업장소에 대한 승인
- 소득비례 대부금액 제한
- 공공 광고 금지
- 자격시험 실시 (합격률 50% 미만)
- 법정 최고 이자율, 담보대출 연 12%, 신용대출은 18%

무면허 대부업자 규제

- 무면허 대부업의 대출은 법적으로 무효, 상환 받지 못함
 - 적발 시 3만~30만불 벌금 or 4년 이하의 징역
 - 재범 시 3만~30만불 벌금 or 7년 이하 징역

17



대부업 광고규제

- 대부관련 광고는 사업자주소록, 홈페이지, 영업소 내부와 건물외부에만 광고 가능
 - tv광고, 전단지, 전화, 이메일, 인터넷 배너, 신문, SMS 등에서 광고 불가, 위반 시 2만불 이하의 벌금 혹은 6개월 이하의 징역
 - 상호, 이자율 제시, 부대비용 등을 정확히 명시하지 않으면 위반, 2만불 이하의 벌금 혹은 6개월 이하의 징역

영업규제

- 자필서명, 이해할 수 있는 언어로 설명의무, 대부계약서 교부 등 위반 시 대부계약은 무효, 대부금액 회수할 수 없음
 - 위반 시 2만불 이하의 벌금 혹은 6개월 이하의 징역
 - 부실장부, 위조 장부는 4만불 이하 벌금 혹은 1년 이하의 징역

18



대부업 관리감독

- 대부업자는 5년치의 대부계약 서류, 일계장, 대차대조표 보고
- 관리감독기관이 요구하는 서류를 매 분기 제출
 - 제출 위반 및 허위보고 및 허위자료 위반 시 3만불 혹은 1년 징역
 - 관리감독기관은 언제든지 감사, 자료제출 요구, 사진촬영 등으로 요구 가능. 위반 시 2만불 이하의 벌금 혹은 6개월 이하의 징역

대부업 현황

- 대부업체 2008년 이후 증가하였으나 법령강화와 위법자 처벌로 최근 감소
 - 2011년~ 2012년 10월까지 7명의 대부업자가 기소됨
 - 2012년 209개
- 대부업협회는 준법영업에관한 자체교육 강화, 감독당국과 협력

19

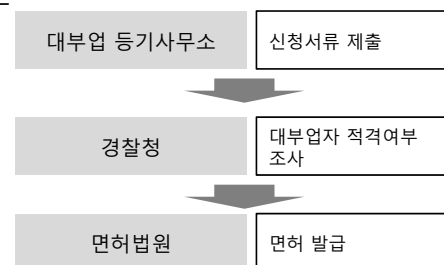


홍콩의 대부업

- 대부업법 1980년 제정
- 대부업을 금융업의 한 분야로 취급
 - 국내 여신금융기관과 대부업을 포함한 성격
 - 약 800개 업체

홍콩의 대부업법

- 대부업규제, 면허발급, 차입자 보호, 약탈적 금융 방지가 입법 목적
- 매년 면허 갱신
- 상업등기소는 대부업 면허신청 및 면허열람 업무
- 면허법원은 심리를 거쳐 면허발급
- 경찰청은 조사, 감독업무



20



위법 행위에 대한 징역

- 다음과 같은 위법행위에 대해 벌금 10만달러 and 징역 2년
 - 무면허 대부업(허가받지 않은 장소, 영업정지 기간 중 대부업 포함)
 - 면허 신청 및 연장과 관련하여 위조 혹은 부정확한 자료 제공
 - 거래상대방에게 적절한 대부서류 미 제공
 - 대부업 면허번호, 상호, 이자율 등 미기재 광고
 - 면허등록서에 적힌 대부업 상호가 아닌 다른 상호 사용
 - 위조, 사기 설명에 의해 차입자 혹은 대부업자를 속여서 대출 중개

무면허 대부 및 초과 이자율

- 무면허 대부업자의 대부는 법률적으로 무효, 상환 받을 수 없음
- 60% 이상 이자는 위법으로 법률적으로 상환 받을 수 없음
 - 약식기소 50만 달러의 벌금 and 2년 징역/ 정식기소 500만 달러 벌금 and 10년 징역

나라별 대부업 비교



항목	한국	싱가포르	홍콩	일본
등록/ 인가	등록(10만원)	인가	인가	등록(15만엔)
갱신기간	3년	1년	1년	3년
최소자본금 (보증금)	없음	(2만불)	신청 시 수수료 납부	5천만엔
이자상한	39%	신용 18%/ 담보 12% 실질이자율	60% 실질이자율	20%
감독관청	금융위/시도	법무부/IPTO	경찰청 면허는 면허법원에서 발급	금융청/도도부현
교육/자격증	8시간 교육	자격 시험 -합격률 50% 미만		자격시험 영업소에 합격자 배치
영업장소	숙박업소만 제외	허가 필요	허가 필요	
광고규제	없음 다만, 대표자 성명, 등록번호, 이자율, 추가비용, 경고 문구 등을 표시	홈페이지, 사업자주소 록, 영업장과 건물외벽 가능 인터넷, TV, 신문, 잡지 등 불법		
과잉대출	소득에 따른 한도규정 없음 -3백만원 이상 소득증명서 -대부사 합산대출금액 알 수 없음	소득에 따른 대출규모 제한		지정신용정보기관으로 총대 출잔고 파악 가능 연수입의 1/3 초과대출 금지

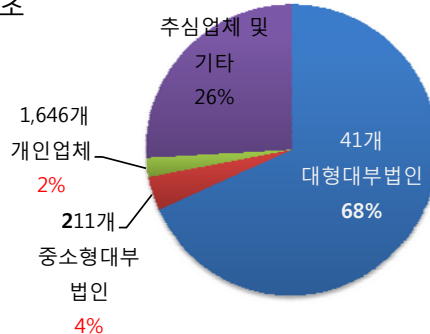
5 서울시 대부업체 현황

23

서울시 대부업체 현황

- 2012년 10월 기준 서울시에 총 4,722개
 - 법인대부업자 834개, 개인대부업자 1,638개
 - 대부중개업자(대부업 겸업포함) 약 2200개
- 대부중개업이 과다. 대부업과 동시 등록, 대부분 실적 없음
- 강남구 서초구에 대형업체 집중

2012년 상반기 실태조사 제출업체 3,622개 중
전체 대부금액 9.7조



자료: 서울시 (2012.10)

24

■ 서울시 대부업체 구별 현황

서울시 대부업체 현황



2012년 상반기 서울시 대부업체 실태조사 기준

- 대부금액 100억원 이상 대형대부법인업체 총 109개 중 53개
- 대부금액 없거나 정보누락 업체 제외, 주업종이 아닌 업체 제외



- 대부금액 100억원 미만 중소형업체 총 777개 중 387개, 이 가운데 추심 176개
- 대부금액 없거나 정보누락 업체 제외, 주업종이 아닌 업체 제외



- 개인업체 2,792개 중 실적이 있는 업체 1,646개



- ⇒ 제출업체 3,678개 중 2,086개(58%)만이 분석가능⇒ 실태파악 불완전

25

대형 대부업체

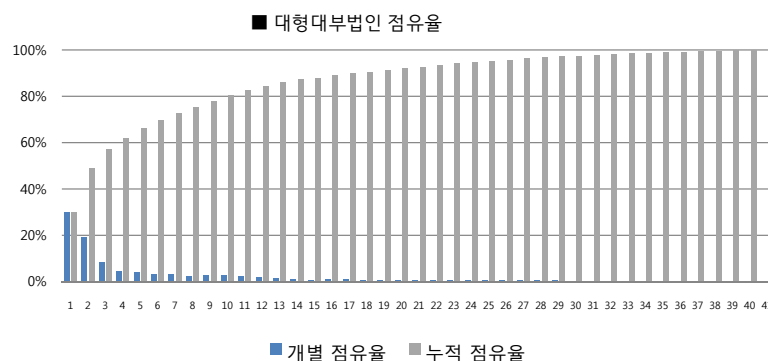


과도한 이익을 향유하는 대형 대부업체(1)

일부 대형 대부업체의 강력한 과점지배

평균 대부금액 1,615억원으로 매우 큰 규모

- 상위 4개사의 점유율은 62%로 높은 시장지배력 : 과점현상
- AP파이낸셜대부 약 1조 9,800억원(30%), 산와대부 1조 2,600억원(19%), 웰컴크레디트라인대부 5,500억원(8.4%), 바로크레딧 대부 3,000억원(5%)



26

대형 대부업체



과도한 이익을 향유하는 대형 대부업체(2)

신규대출의 대부분 중개업체에 의존

- 고객유치 경로 : **중개업체 75.8%**, 기타 12.6%, 콜센터 6%, 인터넷 5.6% 순
- 중개업체는 4~5단계 모집책, 중개수수료 8%, 광역대부, 과잉대부의 원인
- 경비 중 **중개수수료의 비중 46.1%**, 54억원으로 인건비보다 높음

평균 대출금리 38%, 금리담합 가능성

- **비차별적인 금융상품이면 이론적으로 금리경쟁, C4=62%임을 감안하면 금리담합 가능성**

과도한 영업마진과 고수익

- 평균 예대금리차는 **28%**
- 자본금 대비 당기순이익 비율 **387%**

고위험 대부영업과 높은 대출상각비용

- 평균연체율 14%, 평균 대출상각비용 151억원으로 영업비용의 31.6% 차지
- 대출상각비용이 이자비용을 초과하는 기형구조

27

중소형 법인대부업체



영세한 중소형 법인대부업체(1)

영세업체 다수

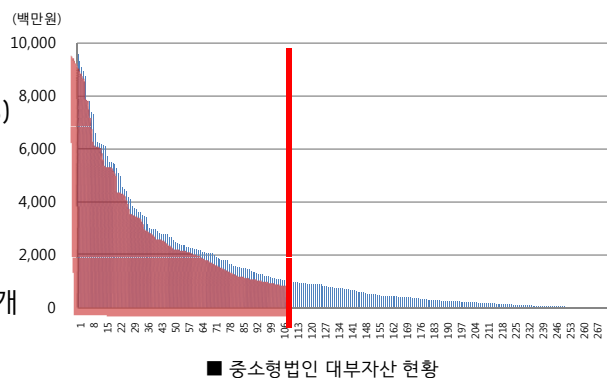
- 대부자산 10억원 이상 업체 수 110개(40%)
- 대부자산 5억 미만 업체가 119개(43%)

기업대출 및 담보대출의 높은 비중

- 담보대출 업체 126개
- 신용대출 122개 업체 가운데 기업대출 83개

기업대출 및 담보대출은 소수만 거래

- 기업대부 평균 고객 수 13명, 건당 평균 대부금액 88백만원
- 담보대출 평균 고객 수 28명, 건당 평균 대부금액 56백만원



28

중소형 법인대부업체



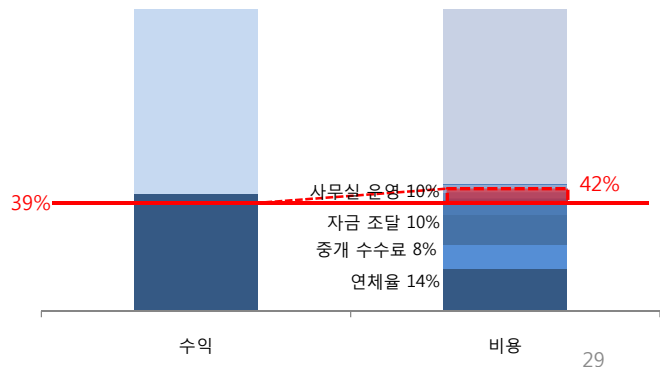
영세한 중소형 법인대부업체(2)

열악한 수익 및 비용 구조

- 평균 연체율 : 개인소액대출 26.9%, 담보대출 33.2%, 기업대출 31.3%
- 개인소액 대부업체 중 43% 적자, 57% 흑자
- 담보대출업체 중 31% 적자, 69% 흑자
- 기업 대출 중 46.5% 적자, 33.5% 흑자

■ 중소형법인 대부순익

대부금액			1,000,000,000
수익	이자율	39%	390,000,000
비용	연체율	14%	140,000,000
	중개수수료	8%	80,000,000
	자금조달	10%	100,000,000
	사무실운영비	직원 2명	50,000,000
		사무실 운영비	24,000,000
		전산 비용	24,000,000
		신용 평가	6,000,000
		소계	104,000,000
비용 총액			424,000,000
순익			(34,000,000)



개인 대부업체



부실한 개인 대부업체(1)

무실적 개인대부업체가 많고 매우 영세한 규모

- 최소자본금 규정 부재
- 개인대부업체 중 41%가 실적이 없는 대부업체
- 평균 대부금액 126백만원, 평균 거래자 수 26명

부적절한 영업관리 및 대부업 법규 미숙지

- 금융전산시스템 미구축
- 사업자가 고령이거나 금융지식에 대해 무지, 형식적인 대부교육 이수로 법규 미숙지
- 표준양식 계약서 미사용 및 자필 미서명 및 서류 미보관 등에 법규위반 빈번

규제가 없어 무차별한 진입과 단속을 피하기 위한 잦은 폐업

- 세무조사나 불법행위 단속을 피하기 위해 폐업과 재등록 반복
- 사회적인 자원낭비

개인 대부업체



부실한 개인 대부업체(2)

과반수 이상이 주거용 건물에 영업장소 등록

- 실적이 있는 개인업체 1,646개 중 822개 주거용 건물
- 대부조건 게시, 대부서류 작성 및 보관, 원리금수취, 연체관리에 관한 체계적인 대부관리가 결여되어 법규위반 소지가 큼
- 고객을 외부에서 만나 상담, 서류작성, 등록된 주거용 건물은 영업소로서 무의미
- 여자공무원의 점검시 신변위험, 남자공무원은 성희롱 민원
- **대부금액 5천만원 미만인 업체가 521개(63.4%)로 형식적인 대부업 영위**

■ 영업장 특성에 따른 대부현황

구분	주거용 영업소	업무용 영업소
업체 수 (전체 1,646개*)	822개	693개
평균 대부금액	102백만원	156백만원
거래자 수	14명	39명
신용대출 대부금리	34.5%	35.3%

* 실적이 있는 개인업체만 분석대상

31

개인 대부업체: 동작구 사례



- 동작구 등록 대부업체 66개 중 대부실적이 있는 업체 40개
- 40개 중 영업장이 주거용인 업체 31개, 영업용인 업체 9개로 대부분 주택가에 위치
- 실적이 없거나 **소액대출이 대부분이며, 평균 대부금액 74백만원**
- 신용대출 평균 금리 34.7%, 담보대출 평균 대부금리 27.7%
- 대부분 **대부건수 10개 미만**

■ 동작구 개인대부업체 현장조사



32

업체 규모별 대부현황 비교



구분	대형법인	중소형법인	개인
해당 업체 수	41개	211개	1,646개
자산	167,200백만원	2,432백만원	-
자본금	6,200백만원	302백만원	-
대부금액	161,500백만원	1,740백만원	126백만원
		신용(개인) 2,135백만원	신용 48백만원
		신용(기업) 1,119백만원	
		담보 1,572백만원	담보 164백만원
거래자수	53,874명	227명	26명
		신용(개인) 1,112명	신용 13명
		신용(기업) 13명	
		담보 28명	담보 32명
대부금리	38.0%	31.0%	-
		신용(개인) 37.0%	신용 35.2%
		신용(기업) 26.9%	
		담보 25.3%	담보 30.3%
연체율	14.4%	28.9%	-
		신용(개인) 26.9%	
		신용(기업) 31.3%	
		담보 33.2%	
당기순이익	9,900백만원	103백만원*	-
		신용(개인) 126백만원	
		신용(기업) 86백만원	
		담보 105백만원	

2012년 6월 기준

*흑자업체(112개)만 분석

33

서울시 대부업체 점검결과 270개



대부조건 미게시 (상이한 처분)

- 대부분 단순 행정지도
- 영업실적 전무 업체는 폐업유도
- 100억미만 법인업체는 과태료 50만원

상호에 '대부'명칭 미명기

- 행정지도

이자율 위반 및 중개수수료 편취

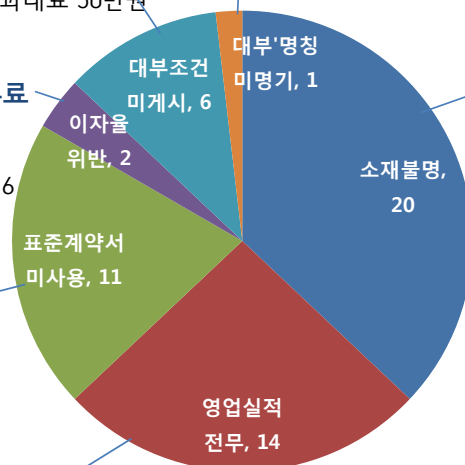
- 영업 정지 6개월
- 중개수수료 편취 영업정지 6개월

표준계약서 미사용

- 처음 위반 시 지도권고
- 적발업체 평균 대부금액 39백만원, 영세

영업실적 전무

- 자진폐업 유도



소재불명

- 대부분 개인업체
- 등록 취소 혹은 취소 예정

79개 업체 위반사항 적발

- 개인대부업체 48개
- 법인대부업체 13개

34

6 대부업체 관리감독 방안

35

대부업시장 구조의 특성



1. 고수익 대형업체와 한계 개인기업 공존

고수익 대형기업 금리담합

- 대형기업은 저금리로 영세기업의 신규진입을 방지(contestability)하여야 하는데 법정최고 금리로 부과, 영세기업의 진입을 조장 (accommodated entry)
- 금리인하로 진입장벽을 만드는 대신에, 자금조달채널, 중개업소, 광고 등으로 경쟁
- Chamberlin (1929), C4=64% + Bain (1956), Friedman (1971)
- 시장이 성장할 때 금리담합 가능성, Stigler (1964)

진입규제가 없어 영세한 기업이 무분별 진입, 사회적 비효율 초래

- 필요이상으로 많은 대부업체, 진입퇴출의 반복은 사회적 자원 낭비
- 조달금리가 높은 영세기업은 저품질 금융상품, 법규위반으로 사회적 비효율

2. 건전금융을 위한 진입규제와 내부관리기준은 없고 처벌규제만 존재

- 금융거래, 회계처리, 고객처리에 대한 전산시스템 기준도 없음
- 싱가포르와 홍콩은 진입규제와 처벌규제 철저, 경찰청과 법무부가 면허발급

3. 고금리 대출상품의 필요성

- 독점력을 가진 은행의 역선택으로 고금리 (저품질) 대출상품 소멸
- 저품질 대출상품 공급은 금융상품 소비자를 확대하여 사회적효용 확대, Dupuit (1849) 36

현행 관리감독의 문제점



1. 다양한 대부업 유형과 획일적인 관리감독

다양한 대부업 유형

- 일반대부업, 부대업으로 대부업, 신용카드업, 기업금융, 할부금융, 전당포, 일수, 어음할인, 추심업, 중개업
- 업종의 본성과 관계없이 모두 대부업으로 등록 의무화

획일적인 관리감독

- 다양한 영업종류가 있으나 관리감독은 사채업을 대상으로 만들어진 대부업법 적용

37

현행 관리감독의 문제점



2. 관리감독의 이주구조 및 관리감독 시스템 미비(1)

관리감독 권한의 이주구조

금융위원회는 등록, 관리감독, 행정처분 권한을 시도에 위임

- 예외로 대부자산 100억원이상 대형체는 금감원이 직권으로 감독
행정처분은 기초단체에 맡기는 기형적인 감독체계

서울시는 등록, 관리감독, 행정처분 권한을 기초단체에 위임

- 서울시 관리감독 계획수립, 서울시 전문직원이 기초단체 직원 동행점검
- 서울시 직원이 법규준수 검사, 기초단체 담당직원이 형식적 점검일지 작성, 위법행위 적발 시 기초단체에서 행정처분
- 기초단체 전문성 부족, 온정주의, 동일위반에 대해 처분수위 상이

38

현행 관리감독의 문제점



2. 관리감독의 이주구조 및 관리감독 시스템 미비(2)

서울시전문직 공무원 일손부족

- 업체 당 검사시간 1-2시간에 불과
- 이자율위반, 자필서명, 대부명칭 사용, 대부조건 게시 등 필수적인 위반사항만 점검

기초단체 담당직원 비전문성과 책임성 결여

- 장기근무로 전문성을 기르기 보다는 6개월~1년 단위 순환근무, 겸업
- 지역업체에 대한 온정적인 처분

전산시스템 미비에 의한 관리감독의 어려움

- 대부업체는 실적을 엑셀자료로 보고하는데 항목 미기재, 부정확한 기재 등이 매우 빈번
- 통합전산시스템 부재로 정책에 필요한 업계현황 분석 미실시

행정기관 간의 대부업체 통합정보 미비

- 신청업체의 대표이력, 행정처분이력을 조사하기 위해 관련 지자체에 공문

39

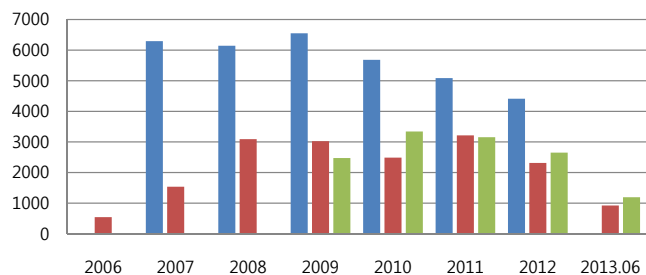
현행 관리감독의 문제점



3. 낮은 대부업체 진입장벽으로 부실업체 난립(1)

등록제

- 인허가를 필요하지 않고,
 - 등록비 10만원
 - 8시간의 교육 프로그램만 이수
- ⇒ 낮은 등록과 폐업



■ 서울시 대부업체 ■ 등록 ■ 폐업

불충분한 대부업 교육

- 자격시험이 없는 관계로 수업이 부실
- 이에 따른 관계법령 몰이해에 의한 범위반 다수 적발

40

현행 관리감독의 문제점



3. 낮은 대부업체 진입장벽으로 부실업체 난립(2)

자본금 및 보증금 불필요

- 최소자본금 규정이 없어 영세대부업 난립
- 과태료 혹은 과징금 납부를 보장하기 위한 보증금 규정 없음

영업장 무규제

- 숙박업소를 제외하고 전용영업장소 무규제, 가정집이나 혹은 겸업사업장 가능

■ 서울시 대부업 개정 건의안

등록요건	현행	개선안
최소순자산액	없음	5천만원
고정사업장 확보	고정사업장에 건축법상 숙박시설만 배제	고정사업장에 건축법상 숙박시설, 단독주택, 공동주택을 배제
대부업자 교육	교육 참석만으로 끝	교육 참석 후 교육이수시험 통과
등록 구비서류	사업자등록증 없음	사업자등록증 제출

자료: 서울특별시 경제진흥실(2012)

41

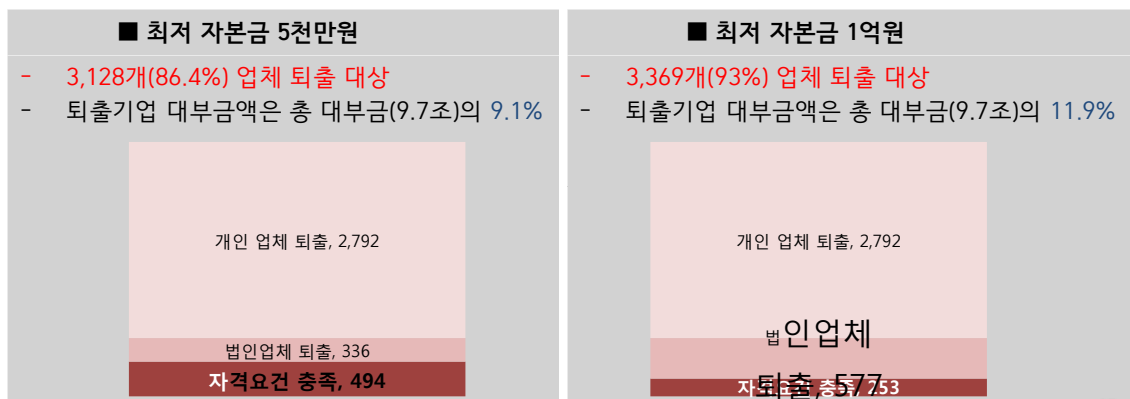
대부업 관리감독 개선방안



1. 대부업 설립요건 강화로 영세업체 재정비(1)

법인화 및 최저 자본금 설정

- 개인업체는 물론 상당수의 법인업체도 자본금 5천만원 미만
- 취약한 영업구조로 인한 불법, 편법 가능성 방지를 위해 최저자본금 필요
- 일본의 경우 법인, 개인 모두 최저자본금 5천만엔



* 2012년 상반기 실태조사 기준, 대부업체 수 36,222개(법인 830개, 개인 2,792개)

42

대부업 관리감독 개선방안



1. 대부업 설립요건 강화로 영세업체 재정비(2)

자격증 및 직원 교육

- 교육시간 강화 및 자격증 시험 필수화
- 현재 대표자만이 교육을 받게 되어있으나, 상담직원 역시 교육 및 자격증 소지 필요
- 일본, 영업점마다 자격증 소비자 배치 의무화
- 싱가포르 시험 합격율 50% 미만

등록비용 현실화 및 보증금 제도

- 등록비 11년전 10만원을 1백만원으로 인상, 영업없이 등록만 하는 대부업체 방지
- 보증금제도 신설, 영업없이 편의상 대부업 등록을 하는 것을 방지
- 영세업체는 영업정지보다 과태료에 더 부담. 법규위반 방지효과

영업장소 제한

- 법규위반이 빈번한 가정집을 영업장소에서 제한

43

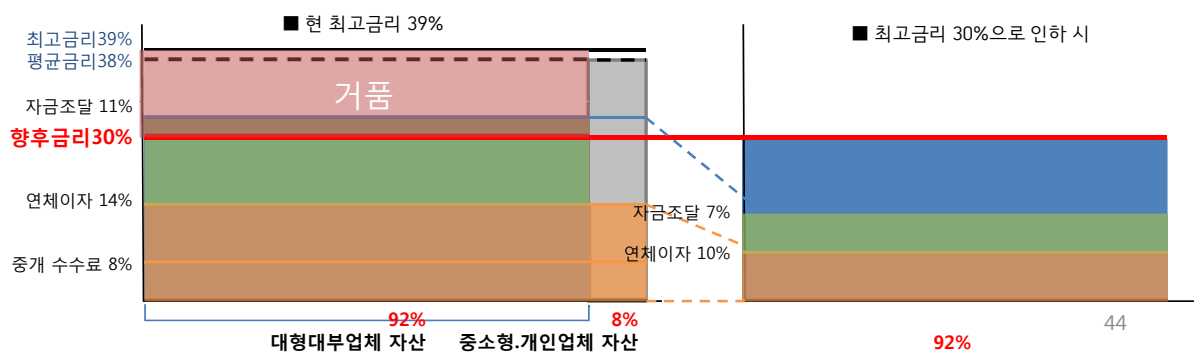
대부업 관리감독 개선방안



2. 서민금융으로서 대부업의 건전성 확보(1)

고금리 거품과 과도한 영업이익 제거

- 중개수수료 8%, 연체이자비용 14% 등 불필요한 비용들이 대부금리에 반영되어 금리거품
- 최고금리 39%아래 많은 영세업체 한계적으로 생존, 반면, 대형 대부업체 과도한 이익 향유
- 상위 대형 대부업체들, 조달금리가 낮음에도 불구하고 최고 금리 부과- **금리담합 가능성**
- **최고금리 인하로 한계 영세업체 퇴출, 대형 대부업체의 과도한 이익 낮춰 대부시장의 금리 정상화**



대부업 관리감독 개선방안



2. 서민금융으로서 대부업의 건전성 확보(2)

대부업 유형별로 적절한 관리감독 실시

유형	개선 방안
대형 대부업체	- 대부업법에 대형 대부업체에 별도 규정을 만들고 금융감독원에서 등록, 관리감독, 행정처분 시행 - 여신전문금융법에 소액신용대출 업무를 신설하고 최소자본금 규정을 완화하여 대형 대부업체가 편입되도록 유도
도소매업, 제조업의 금전거래 및 할부판매	- 대부업에서 제외 - 무등록 대부업을 할 수 있도록 하고 민법상의 이자율 상한 30% 적용
어음할인	- 어음할인 건별 대부계약서보다는 어음거래 약정서를 한번만 작성하도록 허용
전당포	- 간이계약서 사용과 약식 검사가 허용되도록 시행령에 반영
일수업	- 일수업은 최고금리를 지키기 어렵기 때문에 기본적으로 퇴출 - 개인 일수업자 대신 사회적기업 등의 대안금융 일수도입이 필요
중개회사	- 단계적 폐지

대부업 관리감독 개선방안



2. 서민금융으로서 대부업의 건전성 확보(3)

대부업 영업행위 기준 강화

영업행위 기준 강화	방안
보수 교육	- 여신관련법, 추심법, 소비자보호에 관한 보수교육 의무화
지정은행계좌제	- 고객과의 현금입출입에 관한 지정계좌제를 의무화하여 이자율 준수 여부 확인 가능
영업세 도입	무실적 대부업체 및 영세대부업체 퇴출 유도 관리감독에 소요되는 비용 충당
폐업이후 재등록 강화	폐업 후 재등록 가능기간을 5년 이상 설정하여 편법 혹은 불법영업을 미연에 방지
타지역 고객에 대한 영업제한	고객과의 분쟁 발생 혹은 탈법적인 영업 발생 시 대부업체 주소지 및 고객 주소지 행정관서와 경찰서가 관련되어 행정처리 복잡 영업장소가 속한 광역자치단체 범위 내에서 영업하도록 규제
불시점검	현재 사전통지하고 대표자 허락 하에 현장점검으로 위반업체들이 사전에 준비할 여유가 있어 실효성 약화 불시점검으로 관리감독의 실효성 확립
업무개선 명령	경미한 법규위반일지라도 지도권고가 없기 때문에 과태료 혹은 영업정지 처분 지도권고 혹은 업무개선명령을 내릴 수 있도록 법령개정 필요

3. 대부업 관리감독의 운영체계 개선(1)

대부업 관리감독 행정체계 개선

대형대부업체는 금융감독원이 관리감독

- 위법 시 행정처분할 수 있는 권한 부여

서울시 불법사금융 감독을 위한 특별사법경찰권 부여

서울시와 기초단체의 관리감독 업무 협력 강화

- 기초단체가 동일사안 법규위반에 대해 동일처분을 내릴 수 있도록 규정마련 및 서울시와 기초단체 협의 강화

대부업 등록시 사전교육 강화

- 기초단체가 등록신청을 받을 때 신청자에게 법규사항 설명, 준법영업에 대한 서약서 징구 후 발급

3. 대부업 관리감독의 운영체계 개선(2)

서울시 대부업 운영체계 개선

검사인력 보강 필요

- 과잉대부, 불법추심 등에 관해 충분하고 철저한 검사 및 운영시스템 미비 점검

대부업 전산시스템 구축

- 서울시와 대부금융협회가 공동 전산시스템 구축하여 개별업체 영업실적 정보 통합관리
- 전국통합시스템을 구축하고, 대부업체 행정처분 이력 등 정보를 조회할 수 있도록 하여 대부업자 폐업 및 재등록 방지

대부업 경영실태 및 실적 조사 분석

대부업체 품질서비스 조사 및 시민공고 실시

- 서울시와 대부금융협회가 민원발생, 법규위반, 사회적 책임성, 내부관리시스템, 직원교육 및 윤리준수 등을 포함한 항목으로 구성된 대부업 품질서비스평가 제도를 만들어 개별 대부업체의 등급을 산정한 후 이를 시민에게 공고

Thank you



발제 : 대부업 광고의 문제와 규제방안

고상연(민주당 이학영 의원실 보좌관)

발 제

대부업 광고의 문제와 규제방안

고상연(민주당 이학영 의원실 보좌관)

대부업 광고 문제와 규제 방안

고상연 (민주당 이학영의원실 보좌관)

1. 들어가며

가계부채 1000조 시대, 전체 가구 중 66.9% 이상이 크고 작은 채무에 시달리고 있으며 가구당 평균 채무액은 5천 818만원이다. 이중에 상당수가 대부업 대출, 고금리 사채 이용자들로, 지난해 대부업 이용자는 250만명, 시장규모는 8조원에 달한다.

조사에 따르면 대부업 대출을 이용하는 사람들의 평균소득이 한달 150만원 미만 저소득층이라고 한다. 보건복지부가 고시한 4인가구 최저생계비 1,546,399원 보다 낮은 소득을 가진 사람들은 빚을 낸다고 해도 갚을 수 없다. 혹은 최저생계 이하의 생활을 하면서 빚을 갚고 있는 것이다.

대부업 대출 이용자들은 구비조건이나 절차가 복잡한 제도권 은행보다는 상대적으로 대출이 용이하고 그 방법을 상세히 설명해주는 광고를 통해 대부업체를 알게 되었다고 한다.

실제로 서울시에 거주하거나 직장을 다니고 있는 시민 중 부채를 보유하고 있는 903명에게 설문을 실시한 결과, 대부업 이용 경험자들이 해당 대부업체를 알게 된 계기는 TV 광고가 26%로 인터넷(25%)이나 신문(6%) 등 타 매체에 비해 높게 나타났다.

얼마 전 대부업 대출을 빠르고 간편한 택시에 비유해 크게 논란이 된 한 업체의 TV 광고에서 보듯, 대부분의 대부업 광고는 개개인의 경제사정이나 상환능력에 관

계없이 ‘돈이란 필요하면 언제든지 손쉽게 빌려 이용하면 되는 것’이라는 그릇된 인식을 심어주고 있다.

특히 TV 광고의 특성상 따라하기 쉬운 주제곡이나 홍보문구 반복으로 금융에 대한 가치관이 형성되지 않은 아동·청소년들에게까지 영향을 미치고 있어 그 심각성이 더 크다고 할 수 있다. 뿐만 아니라 15~30초라는 짧은 시간의 한계로 높은 이자율과 가혹한 추심 등에 대한 정확한 정보가 전해지기 어려운 TV 광고의 특성을 감안하면 성인들 역시 이같은 위험에서 예외는 아니다.

최근 한국소비자원이 발표한 조사결과에 따르면 대부업 이용자 3명 중 1명이 추심 과정에서의 욕설과 폭행, 장기매매 및 성매매 강요 등의 추가적인 피해를 입고 있는 것으로 나타났다.

따라서 대부업에 관한 텔레비전 방송 광고를 엄격히 제한해 금융소비자들이 이같은 광고에 무분별하게 노출되는 것을 막고, 보다 명확한 정보와 책임 하에 금융서비스를 이용할 수 있게 하려는 것이 개정안의 취지이다.

이번에 발의되는 「대부업 등의 등록 및 금융이용자 보호에 관한 법률 일부개정법률안」은 이학영 의원실과 시민단체가 공동으로 마련하였다. 법안의 주요내용은 대부업자로 하여금 텔레비전 방송에 대부업 등에 관한 광고를 하지 못하도록 하고, 이를 어길시 2천만원 이하의 과태료를 부과하도록 하고 있다.

2. 대부업 방송광고를 금지해야하는 이유

1> 광고의 사회적 영향력, 책임성 고려해서 규제 강화해야

광고는 소비자에게 정보를 제공한다는 점에서 영향력을 행사한다고 볼 수 있다. 광고를 통한 정보교환, 소비자의 인지에 영향을 끼쳐 특정 이미지나 가치체계에

영향을 주는 점에서 중요한 사회적 기능을 담당하고 있다고 할 수 있다.

즉, 광고는 상품에 대한 정보를 소비자에게 알리는 일차적인 전달기능뿐만 아니라 그 상품의 소비로 인해 유발되는 연계적 의미를 알리는데도 영향을 미친다고 볼 수 있다. 그러므로 광고는 상품의 정보교환이라는 단순차원의 범위를 훨씬 넘어서 개인에게 특정 이미지나 규범 및 가치체계를 전달한다는 점에서도 대단히 중요한 영향력을 행사한다.

광고주는 마케팅 활동의 한 수단으로 광고를 이용하는 것이지만, 그 수용자인 일반대중은 단순히 소비생활이나 경제생활에서 뿐만 아니라 사회, 문화, 정치 등 제반 영역에서 영향을 받게 된다. 이와 같이 막강한 영향력에 따른 사회적 책임에 대해 관심을 갖지 않을 수 없는 것이다.

어떤 행위에 대한 규제의 필요성이 제기되는 이유는 그 행위로부터 파생될 수 있는 역기능을 최소화하려는 사회적 요구에 의해 제기되는데 오늘날 광고에 대한 규제는 소비자를 보호하려는 사회적 필요에 의해 논의된다. 영향력의 증대와 비례해서 그 해악들도 그 만큼 커지고 있기 때문에 그것들로부터 소비자를 보호하기 위해서는 오히려 광고에 대한 규제가 절실히 요구될 수 있다는 것이다.

자본주의 경제의 발달로 인해 광고주가 과다한 경쟁을 할 경우에 사실과 다른 허위정보를 제공하거나 왜곡해서 전달한다든가, 또는 그것이 사실이라고 하더라도 의도적으로 교묘한 표현방법 내지 과장된 표현을 한 광고가 등장하게 되고, 이러한 허위나 기만적인 광고 등은 소비자 측면에서는 알권리를 충족시키지 못하고 오히려 합리적인 선택을 오도(misleading)케하여, 경제적, 신체적 손실을 초래하게 된다.

또한 방송매체는 다른 광고매체와는 달리 언어나 영상 또는 노래를 통한 메시지 전달이라는 점에서 일반 방송내용과 마찬가지로 시청자의 언어생활이나 정서에도 많은 영향을 끼친다. 그러므로 방송광고로부터 파생될 수 있는 역기능을 최소화하려는 규제가 나타나게 되는 것이다.

결국 광고를 규제해야 할 필요성은 광고가 갖는 사회적 책임이라는 바탕에서 무분별하고 무책임하며 사회적으로 유해할 여지가 있으므로 이를 어떠한 형태로든 제한을 가하여 그 해악으로부터 사회와 그 성원을 보호해야 한다는 이유에서 비롯된다.

대부업 광고는 2005~2006년만 해도 지상파 TV에서도 흔히 볼 수 있었지만, 고리 불법 대부로 인한 문제가 심각해지면서 여론이 나빠지자 2007년 지상파 3사는 자율협약을 맺고 광고를 내보내지 않기로 해 현재는 케이블과 종합편성 채널에서만 방영된다.

그러나 현재 지상파채널 뿐만아니라 케이블과 종합편성 채널을 일상적으로 접하고 있고, 케이블과 종편에서는 중간광고가 허용되어 있는 조건에서 케이블광고 10%이상을 대부업 광고가 차지하고 있는 점을 고려할 때 케이블, 종편을 포함한 전체 방송에서 대부업광고의 영향이 큰 바 규제방안 논의는 미룰 수 없는 과제다.

2> 특히 방송광고는 짧은 시간 안에 구체적 정보공개 제한적, 대부업대출 이용시 위험성 인지 불가능

대부업 광고를 보면 대부조건에 관한 구체적인 정보가 제공되지도 않으며, ‘무이자 40일’, ‘누구나 대출가능’, ‘30분 내 대출가능’ 등으로 소비자를 호도하고 있다. 또한 대부업체를 이용하는 경우 신용등급이 낮아질 수 있고 은행 등 제도금융권과의 신용거래가 차단될 수 있다는 사실도 알려 주지 않는다.

15~30초 광고시간동안 대부업, 대출의 위험성을 단순히 경고문구표시만으로 규제하는 것은 실효성이 없다. ‘과도한 빚은 큰 불행을 안겨줄 수 있다’는 경고 문구를 광고 시간의 5분의 1 이상 노출하게 했지만, 화면 하단에 열린 색 글씨로 잠깐 나타났다가 사라져 시청자가 제대로 보기 어렵다. 금리 정보는 작은 글씨로 광고 끝에 잠시 나타난다.

빚으로 인한 사회적 피해, 서민들의 고통의 수준은 방송광고라는 영향력이 큰 매

체를 통해 계속해서 ‘빛을 권하는 행위’를 광고해도 되는 것인가를 돌아봐야 할 만큼 심각하다. 술과 담배보다 더 큰 위험을 불러오는 것이 빛, 부채문제다. 개인이 아니라 사회적 문제고, 문제가 한번 터지면 도미노처럼 사회를 위기로 몰아넣을 수 있다. 극단적 상황에 치달기 전에, 경고등을 켜고 현명하게 위기관리를 해야 한다.

최근 자살의 주원인은 경제적 이유이고, 그 실질적 요인은 갚을 수 없는 빚이다. 그런데 이렇게 무서운 빚을 솜사탕처럼 달콤한 목소리로 부추기는 게 지금의 대부업 광고다. 술과 담배보다 더 유해한, 더 위험한 대출광고 규제 ‘왜 규제해야 하나’가 아니라 ‘도대체 왜 아직도 규제하지 않느냐’라고 물어봐야 하는 게 우리의 현실이다. 방송 시간대, 횟수, 경고 문구표시 보다 더 적극적인 규제가 필요하다.

3> 대부업광고 지상파에서 사라졌지만 방송광고가 미치는 영향 여전히 압도적

현 시점에서 가장 시급하고 필요한 광고규제방안은 케이블방송, 위성방송 등 방송에서의 대부업광고를 금지하는 것이다. TV나 라디오 등 방송은 우리의 일상과 상당히 밀접해 있는 매체다. 가장 접근하기 쉬운 정보수집경로이자 우리의 일상과 삶, 그리고 우리의 생각에 미치는 영향력이 제일 막강한 매체이다. 따라서 대부업에 대한 접근성과 친화성을 제한하기 위해서 최소한 방송에서의 대부업 광고는 전면적으로 금지할 필요가 있다. 그런데 대부업 자체는 이미 법에 의해 허용되어 있는 영업이라는 점에서 방송광고를 금지하는 것이 너무 과도하지 않느냐고 생각할지 모르겠지만, 예컨대 담배도 원칙적으로 허용되는 상품이지만 현재 방송을 통한 담배광고는 금지되어 있다는 점을 고려할 때 문제될 것이 없다. 대부업 방송광고의 전면금지는 그 첫 걸음에 불과할 뿐이다.

지난 11월 금융정의연대가 서울지역 4~6학년 초등학생 361명에게 진행한 설문조사에 따르면 대출 광고를 접한 매체를 묻는 질문에서 TV가 79.2%로 가장 높았다. 매체가 다양해져 TV광고 효과가 떨어질 것이란 우려는 대출광고에서는 예외임이 분명하다. 여전히 기억에 각인시키는 광고효과는 TV가 압도적이고 이를 통해

최소한 TV에서 만큼은 대출광고를 제한해야 하는 이유가 분명해 진다.

광고를 가장 많이 본 곳은?	응답수	비중(%)
종이전단지	23	6.4
TV방송	286	79.2
인터넷	9	2.5
지하철버스	7	1.9
기타	16	4.4
무응답	20	5.5
계	361	100.0

4> 합법적인 상품이긴 하지만 그 상품으로 인한 피해가 크다면 반드시 제한해야

대부업 광고반대에 대한 시민들의 요구에 대부업계 관계자는 "광고는 기업 고유의 권리"라며 "대부업도 상품으로 대부업광고 역시 합법적인 것"이라고 말했다. 술, 담배도 판매를 법적으로 허용하고 있지만 과도한 흡연과 음주가 건강에 악영향을 끼치기 때문에 규제방안을 계속해서 고민하고 있다.

<세계 각국의 담배광고 및 판촉행위에 대한 법적규제>

- 뉴질랜드에서는 이미 1960년대에 TV, 라디오에서 담배 광고를 금지
- 캐나다에서는 1989년부터 옥외광고 금지
- 싱가포르에서는 1993년부터 담배에 대한 광고와 일체의 후원활동을 엄격히 금지
- 우리나라에서도 ‘국민건강증진법,’ ‘청소년보호법’등에 의하여 필요할 경우 담배광고에 대한 법적 규제를 할 수 있도록 규정,

‘방송광고심의에 관한 규정’, ‘인쇄매체광고자율심의 규정’ 등 관련 규정에 의하면 담배광고는 잡지에서만 허용되고 있으며, 잡지의 경우에도 여성과 청소년을 대상으로 하는 잡지를 제외하고 연간 60회의 광고만 할 수 있도록 제한

광고의 내용은 소비자에게 제조업체의 품명과 종류 및 특징을 알리는 정도를 넘지 말아야 하며, 흡연이 건강에 해롭다는 내용의 경고문구를 반드시 표기, 또한 담배광고는 미성년자를 대상으로 하여서는 안되며 비흡연자에게 직접 또는 간접으로 흡연을 권장하거나, 유도하여서는 안됨.

여성이나 청소년을 주대상으로 하지 않는 스포츠나 예술의 후원은 허용하되, 표시판, 스티커 및 포스터를 제외한 일체의 판촉물품을 소비자에게 제공할 수 없도록 규정하고 있다.

특히 우리나라도 2005년부터 세계보건기구(WHO)의 담배규제기본협약(FCTC)에 가입하게 됨에 따라서 향후 5년 이내에 담배제품과 관련된 모든 광고와 판촉행사, 담배회사의 후원행사 등이 원칙적으로 금지

- 유럽연합(EU) 28개 회원국들은 흡연규제 지침에 합의함. EU 회원국과 유럽의회가 합의한 EU의 흡연규제 지침은 담뱃갑 포장을 규제하고 첨가물을 규제하는 등 광범위한 금연 정책. 담뱃갑 포장의 65%를 경고문구와 흡연의 폐해를 보여주는 사진 등으로 채우고 브랜드명은 바닥면에만 표시할 수 있음. EU의 흡연 규제방안은 유럽의회와 28개 회원국 정부의 승인을 거쳐 2016년부터 시행될 예정

3. 대부업체들의 영업권보다 금융소비자보호가 우선이다.

에듀머니가 서울시민 903명을 대상으로 진행한 설문조사 분석보고서 ‘서울시 가계부채의 현황 및 악성화 진단과 대책’을 보면 대출 이용자 6명 중 1명이 대부업을 이용하고 있고, 대부업 대출 이용자 중 타 금융권 대출을 동시에 이용한다는 응답자가 90.7%였다. 대부업 대출 이용자 4명 중 1명은 2군데 이상의 대부업체를 이용 중이고 대부업 대출 외 다른 금융권 대출을 동시에 가지고 있는 것으로 보아 대부업 대출이 사실상 기존의 빚을 갚기위해, 혹은 기존의 빚 때문에 현금흐름이 더 악화되어 어쩔 수 없이 이용하는 악성부채라는 것을 의미한다.

또, 저소득계층과 고연령층, 고금리 대출일수록 연체율이 심각했다. 150만원 미만 소득자의 현재 연체 여부 응답률은 450만원 이상 소득자의 6.7배 수준이었고, 시간제 아르바이트의 현재 연체 여부 응답률은 정규직의 5.8배, 60세 이상의 현재 연체 여부 응답률은 40세 이상 45세 미만의 2.5배, 그리고 대부업대출 이용자의 절반이 현재 연체 중인 것으로 조사됐다.

이런 상황에서 묻지도 따지지도 않고 ‘돈 빌리라’고 광고해놓고 못갚는다고 죄인 취급하면서 평생을 채무노예로 만드는 현실, 39%라는 비인간적인 이자율마저 초과해서 채무자를 쥐어짜는 대부업체들, 등록비 10만원이면 어떤 자격시험도 없이, 영업장이 없어도 자본금이 없어도 대부업을 할 수 있는 현실 또한 대부업 광고규제를 더욱 선제적이고 전면적으로 하지 않으면 안될 이유다.

고금리대출로 인한 피해, 빚 때문에 고통받고 자살하는 속출하는 대도, 광고를 자유롭게 하도록 허용하는 것 자체가 이미 약탈적이다. 한달 소득 150미만으로 생활하고 있는 가정에 필요한 것은 대출 빚이 아니라 복지와 안정적인 일자리다. 그러나 박근혜 정부 1년, 한달에 40만원을 벌면서 5년 이상 채무에 시달려온 사람들의 경제적 재기도, 전세난에 눈물 흘리는 서민들의 마음도 외면하고, 결국 개인의 책임으로 떠넘기는 대출확대 정책이 시행될 뿐이다. 추운 겨울 불어오는 이자걱정, 빚걱정에 마음이 얼어붙은 사람들을 더 이상의 절망의 나락으로 밀어내지 않기위

해서 버스, 지하철, 인터넷, 케이블 TV에 수많은 대출, 대부업 광고부터 중단해야 한다.

종 합 토 론

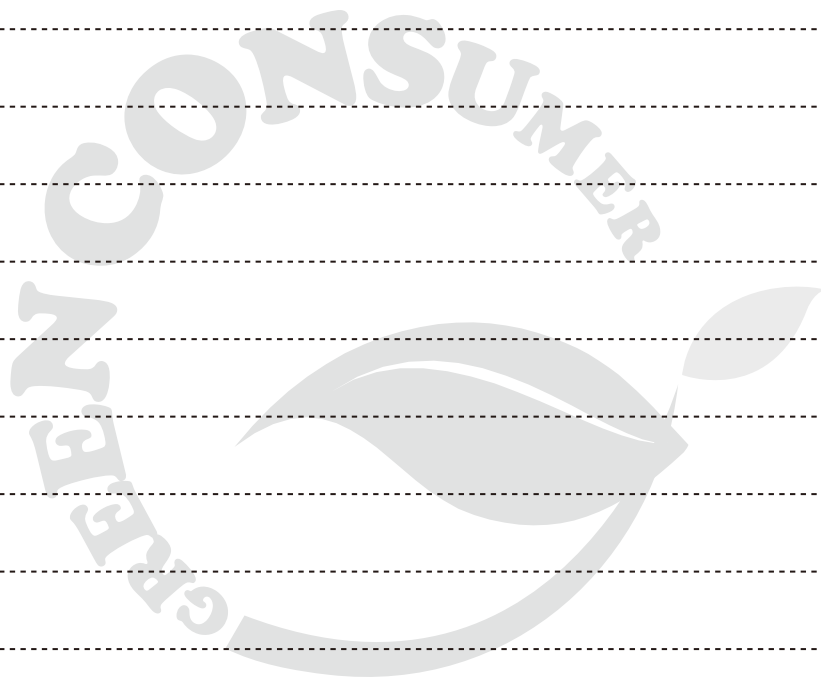
좌장 : 이성환(법무법인 안세, 녹색소비자연대 공동대표)

종합토론

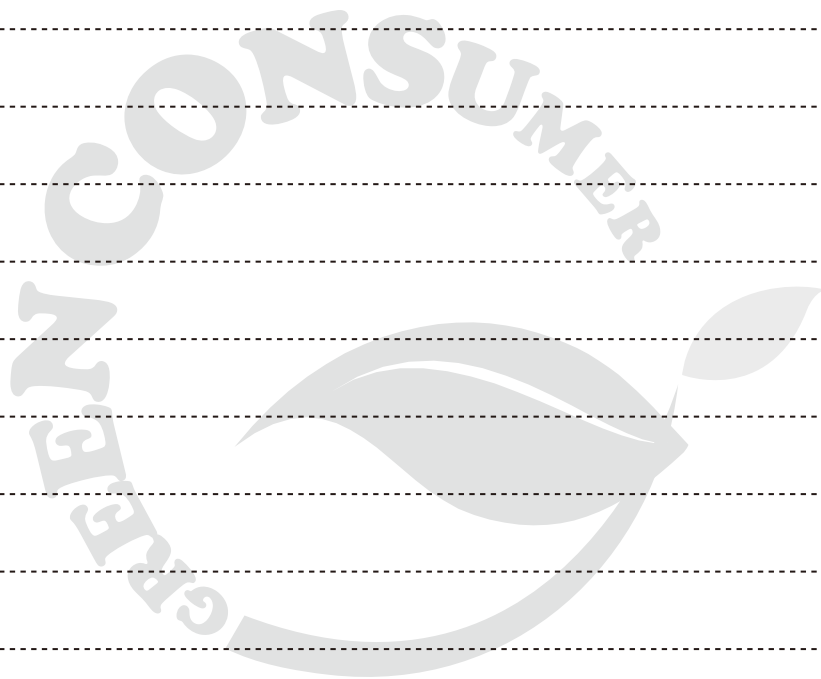
좌장 : 이성환(법무법인 안세, 녹색소비자연대 공동대표)

토론 : 강형구(금융소비자연대 국장)
김정곤(금융감독원 대부업검사실 팀장)
이동문(서울시 민생경제과 민생대책팀 팀장)
이은희(인하대학교 생활과학부 교수)
제윤경(금융정의연대 상임이사)
최광호(방송통신심의위원회 방송광고심의팀 팀장)

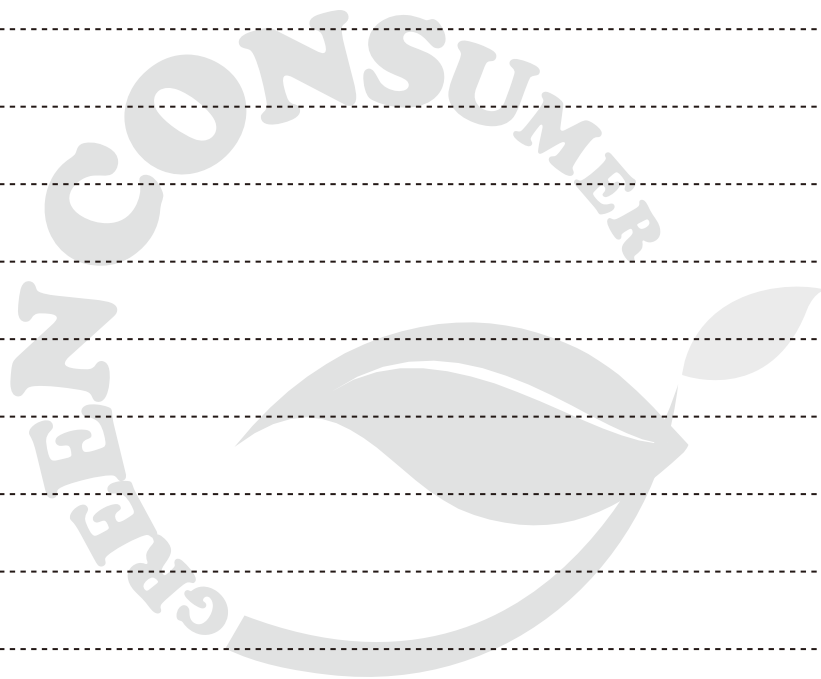
MEMO



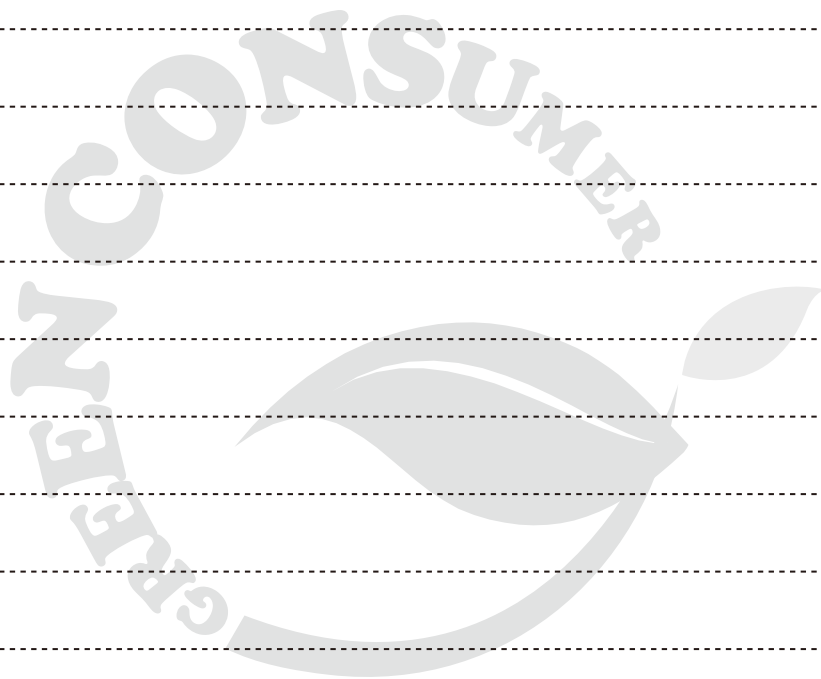
MEMO



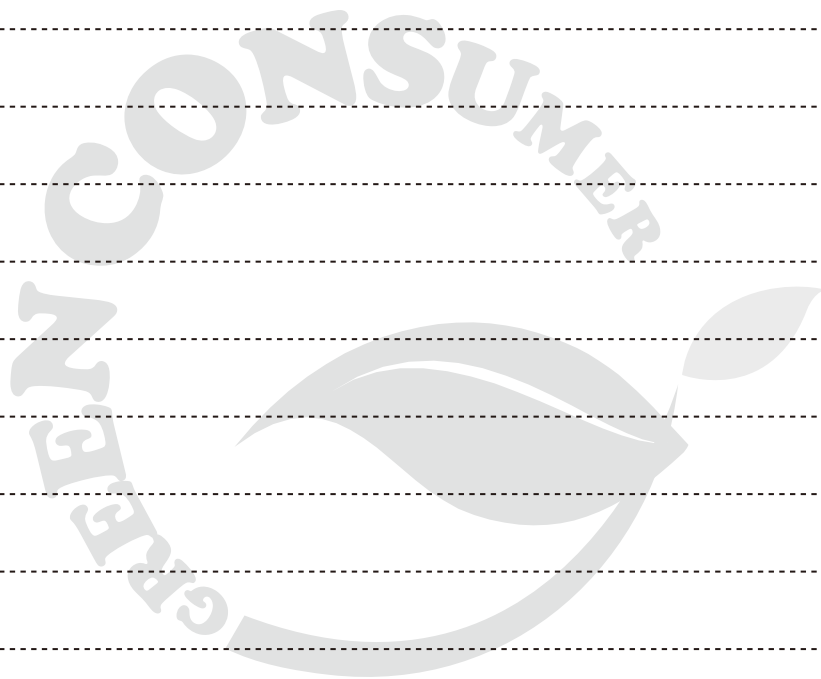
MEMO



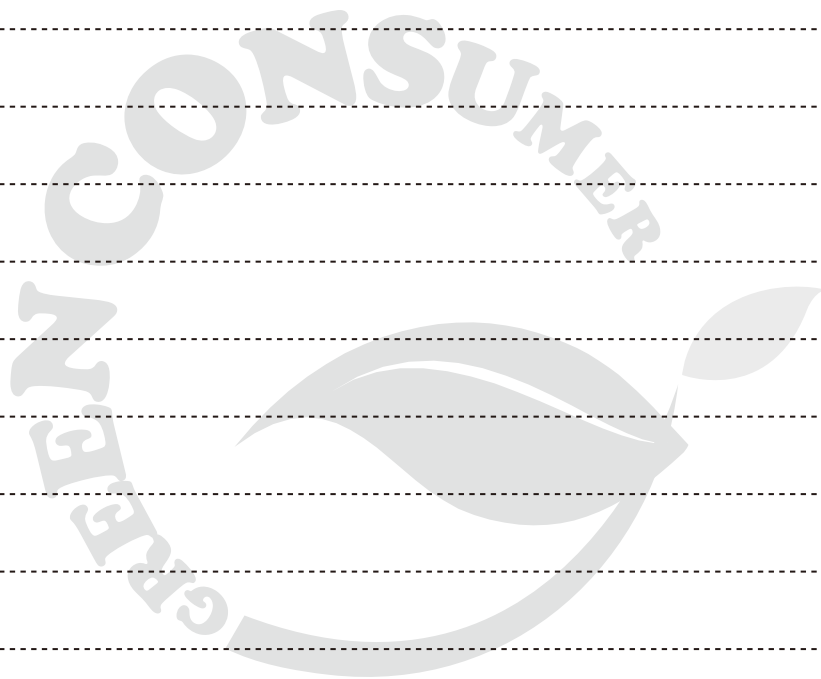
MEMO



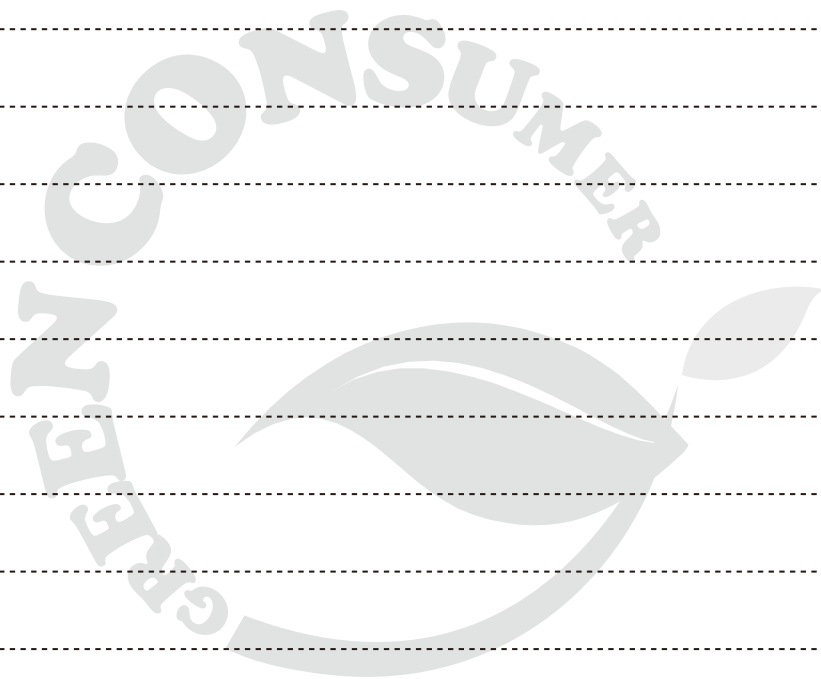
MEMO



MEMO



MEMO



MEMO

