



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

허 경 옥 교수 지도
박사학위 청구논문

금융소비자보호 강화를 위한 법제도
및 금융기관의 금융소비자보호
평가방법에 관한 연구

2020

성신여자대학교 대학원
생활문화소비자학과
장 성 철

금융소비자보호 강화를 위한 법제도
및 금융기관의 금융소비자보호
평가방법에 관한 연구

허 경 옥 교수지도

이 논문을 박사학위논문으로 제출함

2020년 4월

성신여자대학교 대학원
생활문화소비자학과
장 성 철

인 준 서

장성철의 박사학위 논문으로 인준함

2020년 4월

심사위원장 차 경욱 (서명 또는 인)

심사위원 이영수 (서명 또는 인)

심사위원 유수현 (서명 또는 인)

심사위원 정길호 (서명 또는 인)

심사위원 이영욱 (서명 또는 인)

성신여자대학교 대학원

감사의 글

For a long time, dream so a person eventually the dream resemble.

(오랫동안 꿈을 그리는 사람은 마침내 그 꿈을 닮아간다.)

꿈을 가슴에 품고 살아가는 삶에는 배움이 있습니다. 2013년 6월 인적자원개발(HRD) 석사학위를 취득한 후, 박사과정은 언제나 저에게 반드시 도전하고 싶은 배움의 여정이었습니다. 2016년 11월 성신여자대학교에서 경제금융특강을 진행하면서 존경하는 허경옥 교수님을 만난 것은 제가 박사과정에 도전하게 된 결정적인 계기가 되었습니다. 소비자학 분야의 최고 권위자이신 허경옥 교수님께서 박사과정 입학을 제안하셨고, 저는 현실에 안주하기보다는 도전하는 삶을 선택하였습니다. 태어나서 ‘여대 나온 남자’가 될 것이라는 생각은 한 번도 해본 적이 없었습니다. 하지만 3년간의 박사과정을 졸업하는 이 순간, 성신 캠퍼스에서의 삶은 보석같이 소중한 추억으로 자리 잡았습니다. 제가 이렇게 도전하고 성장하는 삶을 살아갈 수 있게 이끌어주신 존경하는 허경옥 교수님께 진심으로 감사의 마음을 전합니다.

인류의 역사는 소비의 역사입니다. 생산과 서비스의 영역을 AI가 대체하는 미래사회에서 소비는 인간의 가장 고유한 영역으로 남게 될 것입니다. 인간의 욕망은 소비를 통해 표출되며, 소비는 인간을 가장 객관적으로 바라볼 수 있는 하나의 기준이 됩니다. 소비에 대한 연구는 인간의 삶을 깊이 파고듭니다. 저는 소비자학을 공부하며 사람들에게 어제보다 조금 더 나은 오늘의 삶을 선물할 수 있다는 새로운 비전이 생겼습니다. 저는 소비자들의 권익을 보호하고, 행복한 소비생활을 지켜주는 소비자 전문가가 되고 싶습니다. 주경야독(晝耕夜讀)의 힘겨움을 온몸으로 느끼는 샐러던트(saladent)의 삶이지만 학위논문을 통해 제가 소비자학에서 지향하는 바를 담아내기 위해

노력하였습니다. 학업의 성과물인 이 논문은 소비자들이 가장 어려워하고, 실제로 많은 피해가 발생하는 금융 분야의 소비자를 보호하기 위한 저의 고민이 담겨져 있습니다. 지난 13년간 금융사에서 근무하며 많은 금융소비자에게 금융서비스를 제공하였습니다. 그리고 10년간 경제금융교육 강사로 활동하며 전국의 초·중·고등학교, 대학교, 다문화가정, 소비자단체 등을 통해 금융취약계층의 현실을 실감할 수 있었습니다. 금융이해력을 향상시킬 수 있는 경제금융 교육도 중요하지만 금융기관에 비해 취약한 금융소비자를 보호하기 위해서는 정부차원의 금융소비자보호 정책과 법제도의 개선이 더 중요할 것입니다. 학자로서 부족한 부분이 있지만 현장 전문가의 경험을 바탕으로 금융소비자보호를 위해 필요한 부분들에 대해 진심을 담아 논의하였습니다. 금융취약계층의 피해예방과 신뢰받는 금융기관의 지속가능한 발전에 조금이나마 기여하기를 기대해봅니다.

가슴 뛰는 하나의 목표를 성취하는 지금 이 순간에 많은 고마운 분들이 떠오릅니다. 먼저, 부족한 논문을 심사하고 지도해주신 교수님 다섯 분께 깊은 감사의 말씀을 전합니다. 항상 배려해주시며 헌신적으로 학업을 이끌어 주신 아름다운(Beautiful) 허경옥 교수님, 엣지(Edge)있는 모습으로 세심하게 지도해주시고 격려해주신 차경옥 교수님, 스마트(Smart)한 가르침으로 소비자학에 흥미를 더해 주신 양수진 교수님, 늘 유쾌한 모습으로 석박의 자세(Attitude)를 일깨워 주신 정길호 교수님, 세련된(Sophisticate) 느낌으로 조언 해주신 유수현 교수님께 진심으로 감사드립니다.

13년간 함께한 회사에서 응원해 준 회사 동기들과 선배님, 후배들에게 감사의 마음을 전합니다. 우연한 기회에 함께한 순간의 느낌이 대학선배 같았던 조좌진 대표님과 언제나 한결 같은 모습으로 직장생활의 롤 모델이 되어 주신 최문석 부문장님, 그리고 학업의 기회를 허락해주신 민병욱 인사팀장님께 감사드립니다. 직장생활에서 저의 성장을 누구보다 힘껏 응원해주셨던

이동윤 소비자보호팀장님에게 감사의 마음을 전합니다. CCO이신 현갑만 상무님과 고객커뮤니케이션팀 동료들에게도 감사의 마음을 전합니다. 항상 조언을 아끼지 않고 격려해주신 홍정일 상무님, 김정환 상무님, 임정빈 상무님, 김지나 상무님에게도 송구한 마음과 함께 감사의 마음을 전합니다. 바쁘고 힘든 직장생활을 함께하는 것만으로도 큰 위로가 되었던 나의 공감파트너 윤희란 선배, 윤윤희 선배, 백영호 선배, 박영주 선배, 정현록 선배, 윤희민 선배, 김성원 선배, 박창호 선배, 임형일 선배, 임종국 선배, 송동석 선배, 정승환 선배님에게 고마운 마음을 전합니다.

소중한 인연으로 항상 저를 응원해준 채문석 대표님, 임기완 대표님, 박경화 대표님, 임동권 상무님, 이정음 부장님, 박종민 대표님, 송미애 원장님, 조부경 원장님, 지윤정 대표님, 이창희 대표님, 이주경 관장님, 장운숙 대표님, 고영기 팀장님, 최성용 대표님, 조운성 교수님, 이승우 교수님, 백수정 교수님, 서용주 보좌관님, 이재영 보좌관님에게 감사의 마음을 전합니다.

학업의 모든 과정을 함께한 동기 강미영 박사님에게 감사의 마음을 전합니다. 대학시절 의료봉사 학생과 간호사 선생님께서 시작된 15년의 인연이 결국 배움을 함께한 아름다운 동문이 되었습니다. 졸업을 축하드리며 앞으로 성신원우회를 통해 더 좋은 인연을 이어가길 바랍니다.

성신여자대학교의 소중한 인연인 이신애, 구지연, 구윤희, 임연희, 정은정, 손진석, 최애연, 이현빈, 김관봉, 전진수, 김지은, 한정희, 이선영, 이해영, 박경하, 제해기, 김민경님을 비롯한 많은 선·후배님들의 응원과 격려에 감사드립니다. 대학원 학업과 논문 준비로 자주 연락하지 못한 소중한 친구들인 창경, 상구, 한영, 지혁, 민호, 진석, 정훈, 세종, 희준, 정환, 철욱, 보라, 미소, 상현, 중현, 병우, 권열, 대근, 태우, 진호, 규진, 다운, 아영, 주연, 성애, 상준, 지혜, 재선, 희경, 영진, 선영, 현용, 원재, 현용, 민수, 기진, 종학, 백희, 정은, 동규, 민주, 석준, 성원, 재훈, 준혁에게도 고마움을 전합니다.

언제나 자식들을 위해 희생하시며 두 아들의 앞날을 위해 헌신적인 선택을 해 오신 아버지와 어머니의 삶을 존경하고 사랑합니다. 자식을 키우며 아버지와 어머니의 사랑이 얼마나 큰 것인지를 깨닫고 있습니다. 애정과 믿음으로 아들처럼 응원해주신 장인어른과 항상 밝은 모습으로 함께해주시는 장모님에게 감사드립니다. 그리고 동생들을 살뜰하게 챙겨주시는 형님과 처형, 예쁜 조카 최리우에게 고마움을 전합니다. 또한 자랑스러운 동생 장성인과 제수씨, 사랑하는 조카 장승규에게 고마운 마음을 전합니다.

무엇보다 제가 학업에 도전하여 논문을 완성할 수 있었던 가장 큰 이유는 사랑하는 아내 송지선의 응원과 지지, 그리고 희생이 있었기 때문입니다. 연애시절 부터 지금까지 항상 저를 신뢰해준 세상에서 가장 아름다운 아내 송지선에게 깊은 존경과 사랑의 마음을 전합니다. 그리고 제가 살아가는 또 하나의 이유인 세상에서 제일 예쁜 딸 장수아에게 고마움을 전합니다. 앞으로 사랑의 마음을 듬뿍 담아서 더 많이 놀아줄 것을 약속합니다.

“뜨거운 열정, 따뜻한 행복, 아름다운 동행!”

인생이라는 배움의 여정을 함께하는 사람들과 나누고 싶은 외침입니다. 앞으로의 삶 속에서 오늘의 땀과 열정이 씨앗이 되고, 꽃을 피워 향기나는 삶을 함께 살아가기를 소망합니다. 함께했던 모든 분들에게 감사와 사랑의 마음을 전합니다. 어제보다 오늘 더 사랑합니다!

2020년 6월 30일

장성철 드림

논문개요

최근 변화하는 금융소비환경 속에서 2020년 3월 「금융소비자보호에 관한 법률」이 제정되면서 금융소비자보호에 변화가 나타나고 있다. 본 연구는 최근 금융환경의 다양한 변화를 살펴보고, 금융소비자보호 강화를 위한 법제도의 개선방향을 제시하였다. 특히, 제정된 금융소비자보호법이 가지고 있는 문제점과 개선방안을 모색하였다. 또한 금융기관들의 금융소비자보호 관련 업무실태 평가에 대한 현황을 살펴보고 개선방안을 제안하였다. 금융기관의 금융소비자보호 실태에 대한 평가는 금융소비자에게 금융소비자보호 수준에 대한 정보를 제공하기 때문에 소비자가 금융회사를 선택하는 정보로 활용된다. 때문에 평가의 객관성, 공정성, 실효성을 높이기 위한 제도적 장치 마련이 매우 중요하다. 따라서 금융소비자보호 업무실태에 대한 평가방법 등에 대해 구체적으로 논의하였다.

본 연구가 제안하는 금융소비자보호를 위한 개선 방안은 다음과 같다.

첫째, 금융소비자보호는 기술발전으로 급변하는 금융환경 변화에 대응하는 방향으로 금융소비자의 입장에서 정부의 정책이 수립되어야 한다. 디지털 금융환경의 변화를 주도하는 핀테크의 발전으로 인해 발생하는 비대면 거래의 증가, 불완전 판매, 고령층 증가로 인한 금융취약계층의 금융피해 리스크 및 진화하는 금융범죄에 대한 강력한 대응이 필요하다. 금융소비자를 보호하기 위해 제도적으로 불공정한 거래행위를 제한하고, 금융선진국에서 시행하여 성공한 금융소비자보호 관련 법제도의 도입이 필요하다.

둘째, 금융소비자보호를 위한 법률체계의 개선이 필요하다. 제정된 금융소비자보호법은 금융상품과 판매채널을 재분류하여 동일 금융상품에 대해서는 공통적인 영업행위 규칙을 적용하고 있다. 이는 금융소비자보호를 한층 강화한 제도이나 실효성 제고를 위한 지속적인 보완이 필요하다. 본 연구자는

실효성을 증대시키기 위해서 법의 보완, 분쟁조정채널의 확대, 손실보상제도의 개선, 공적 자문서비스의 지원 등이 보장되어야 한다고 제언한다.

셋째, 향후 감독체계의 개편을 통한 금융기관의 금융소비자보호 인프라 구축을 검토할 필요가 있다. 현재 우리나라의 감독체계는 이해상충의 딜레마가 있다. 건전성 감독과 금융소비자 보호업무를 동일 기구에서 담당하고 있다. 금융산업 정책과 이해상충이 발생하는 금융감독 정책이 동일기구에서 관리되고 있다. 이러한 문제점들을 해소하기 위해서는 쌍봉형(Twin-Peaks) 체계로의 감독체계 개편이 필요하다. 감독기구는 반드시 건전성감독기구와 소비자보호기구가 독립된 조직으로 운영해야만 감독체계 간 이해상충을 해결하며 소비자보호를 강화할 수 있다. 결론적으로 독립된 소비자보호기구의 설치가 반드시 필요하다.

넷째, 금융감독원 주관으로 매년 실시하고 있는 금융소비자보호 업무실태에 대한 평가의 개선이 필요하다. 주요 금융기관의 금융소비자보호 업무실태에 대한 평가 결과는 금융소비자에게 제공되기 때문에 이 평가가 객관성과 공정성을 갖추기 위한 제도적 개선이 필요하다. 최근 발생한 'DLF 사태'와 '라임사태' 등과 같은 대규모 금융사고로 금융당국은 금융회사를 대상으로 적극적인 소비자보호 강화를 요구하고 있다. 구체적으로 금융기관 대상 금융소비자보호 업무실태에 대한 평가는 기준과 항목을 보다 객관화할 필요가 있다. 또한 실태평가 준비를 총괄하는 소비자보호 부서의 역할 확대와 권한 강화를 통해 금융소비자보호의 기본적 취지를 달성하도록 해야 한다.

본 연구에서는 금융환경 변화에 대해 구체적으로 살펴보았으며, 금융소비자보호를 위한 최근의 법 제정과 개선 방향에 대해 논의하였다. 또한 금융소비자보호가 제도적 장치를 기반으로 하여 금융거래를 둘러싼 이해당사자들 간에 상호협력이 필요함을 알려준다. 금융당국, 금융기관, 금융소비자가 금융소비자보호를 위해 함께 노력하여야 할 것이다.

목 차

논문개요

I. 서 론	1
II. 금융환경 변화와 금융소비자보호	3
1. 금융환경의 변화	3
1) 금융환경과 금융규제	3
2) 비대면 금융거래의 확산	4
3) 경제성장을 둔화 및 인구 고령화	5
4) 금융환경 변화와 소비자문제	11
2. 금융소비자보호의 필요성	14
1) 금융소비자보호의 범위	14
2) 금융소비자의 자기책임 원칙	16
3) 금융환경 변화와 금융이해력	16
4) 금융상품 불완전판매 및 분쟁의 지속	17
3. 금융소비자보호 관련 제도 현황	19
1) 정보의 비대칭성 해소를 위한 제도	20
2) 금융시장 경쟁 활성화를 위한 제도	21
3) 금융회사 경영 효율성을 위한 제도	22
III. 금융소비자보호 법제도 및 문제점	23
1. 금융소비자보호 법제도의 현황	23
1) 금융감독체계	24
2) 사전적 금융소비자보호제도	27

3) 공시, 약관, 광고에 대한 규제	30
4) 사후적 금융소비자보호제도	33
2. 금융감독원의 금융소비자보호제도	36
1) 금융소비자보호 모범규준	36
2) 금융민원 및 분쟁처리	38
3) 금융관행 개혁과 금융소비자 정보포털	38
3. 금융소비자보호법의 주요 내용과 문제점	40
1) 금융소비자보호법의 주요 내용	40
2) 금융소비자보호법의 문제점	44
IV. 금융소비자보호 강화방안	48
1. 금융환경 변화와 제도의 개선	48
1) 비대면 채널의 확대와 인구고령화	48
2) 불완전 판매 및 불법금융의 증가	54
3) 금융규제 제도 개선	59
2. 금융소비자보호법의 개선방안	64
1) 법률안에서의 금융소비자에 대한 보호	67
2) 법률안의 적용 확대 및 설명의무 강화	70
3) 금융분쟁조정 및 손실보상제도의 개선방안	71
4) 공적 서비스 자문의 확대	74
3. 금융기관의 금융소비자보호 개선	75
1) 금융회사의 소비자호보 인식 제고	75
2) 금융소비자보호 직무교육 강화	76

V. 금융기관의 금융소비자보호실태에 대한 평가	78
1. 금융기관의 금융소비자보호 평가 현황	78
1) 금융소비자보호실태에 대한 평가 도입	78
2) 금융소비자보호실태에 대한 평가 운영	79
2. 금융기관 평가방법의 문제점 및 개선방안	80
1) 금융소비자보호실태에 대한 국민인식	80
2) 최근 금융소비자보호실태에 대한 평가결과	82
3) 금융기관 평가방법에 대한 개선의견	87
VI. 결론 및 제언	90

<참고문헌>

ABSTRACT(영문초록)

〈표 차례〉

〈표1〉 하루 평균 인터넷뱅킹 거래 중 모바일뱅킹 비중	4
〈표2〉 연도별 퇴직연금 적립금 및 증감 현황	9
〈표3〉 금융소비자보호의 범위	15
〈표4〉 금융기관별 민원접수 현황	18
〈표5〉 KIKO 계약 피해규모	19
〈표6〉 상호저축은행 사태 피해규모	19
〈표7〉 금융소비자보호법의 주요내용	41
〈표8〉 금융실명법 위반에 따른 과태료 부과기준	56
〈표9〉 소비자보호실태에 대한 평가항목	80
〈표10〉 소비자보호실태 평가의 평가부문 및 평가비중	83
〈표11〉 소비자보호실태 평가의 종합등급 기준	84
〈표12〉 2018년 종합등급 및 부문별 금융회사의 평가등급 분포	85

〈그림 차례〉

〈그림1〉 한국은행 기준금리 변동추이	6
〈그림2〉 노인진료비 추이	7
〈그림3〉 연도별 적립금 증감률 및 제도 유형별 구성비	10
〈그림4〉 제3차 국민체감 20대 금융관행 개혁과제	39
〈그림5〉 정부·금융회사의 금융소비자보호 노력 정도	81

금융소비자보호 강화를 위한 법제도 및 금융기관의 금융소비자보호 평가방법에 관한 연구

I. 서론

미국의 리먼브라더스, 영국 노던록의뱅크런 등 글로벌 금융위기 이후에 미국과 영국을 중심으로 금융소비자보호를 우선으로 하는 금융개혁이 이루어졌다. 글로벌 금융위기는 금융감독체계의 새로운 패러다임을 요구하였고, 그 결과 거시적 금융건전성 감독체계를 강화하는 방향으로 제도와 시스템이 개선되었다. 금융환경의 변화를 반영하지 못하는 금융소비자보호제도는 금융소비자들을 많은 위협에 노출시키게 된다. 현재 우리 사회의 저성장, 인구고령화 문제, 급변하는 금융소비 환경은 금융소비자보호의 변화를 요구하고 있다. 우리나라의 잠재성장률은 지속적으로 하락하고 있다. 저출산·고령화에 따른 생산가능 연령인구의 감소, 불확실성 확대에 따른 투자부진 등을 고려할 때 잠재성장률은 지속적으로 하락할 것으로 예측된다. 특히, 코로나 19 팬데믹의 영향으로 한국은행은 2020년 5월 경제전망 보고서에서 우리나라 실질 국내총생산(GDP) 성장률 전망치를 기존 2.1%에서 -0.2%로 낮췄다.

실물경제의 위축, 생산가능 인구 감소는 금융시장에도 큰 영향을 끼치고 있다. 저축과 이자수익이 감소함에 따라 금융기관의 수익성이 낮아지기 때문이다. 이에 따라 국내 금융회사는 더욱 복잡한 상품들을 출시하고 있고, 금융상품 판매를 위한 경쟁도 심화되고 있는 추세이다. 한편 최근 핀테크(Fintech) 기술의 발전과 인터넷 전문은행 출범으로 금융소비환경이 급속히

변화하고 있다. 비대면 채널의 발달과 확산은 금융소비자에게 편리성을 주고, 권익을 향상시킨다. 그러나 IT기술을 통한 불법금융과 금융거래의 위험을 증가시킨다. 그렇기 때문에 이러한 금융환경의 변화를 선제적으로 분석하고, 이를 극복할 수 있는 체계적인 금융소비자보호법과 제도가 마련되어야 한다.

금융산업의 민원은 계속 증가하고 있는데 금융소비자와 금융회사 간 정보의 비대칭성이 소비자에게 전가되는 경우가 많다. 금융거래 시 교섭력의 불균형이 발생함에 따라 금융소비자의 거래비용이 증대되는 등 금융약자의 위치에 처하게 된다. 금융소비자를 약자의 입장에서 거래하게 만드는 요인으로는 정보의 비대칭성, 제한된 합리성, 교섭력의 불균형, 포획현상, 상품의 복잡성 등 다양하다. 특히 금융계약은 ‘부합계약성’의 법적성격을 가지고 있다. 다수의 금융소비자를 대상으로 금융회사가 일방적으로 작성하여 제시하는 금융약관, 새로운 금융상품의 등장과 거래방법의 출시로 금융소비자는 합리적인 선택에 어려움을 겪게 되고, 결과적으로 금융회사와 금융소비자 사이에 분쟁이 야기된다. IT기술의 발달과 핀테크 혁신으로 금융환경이 급변하고 있기 때문에 금융소비자보호가 이를 제대로 반영할 필요가 있다. 특히 최근 제정된 금융소비자보호법안의 실효성 있는 적용방안에 대해서는 많은 연구가 필요하다.

이와 같은 상황에서 정부는 2020년 3월 금융소비자보호에 관한 법률(이하 ‘금융소비자보호법’)을 통과시켰다. 이 법은 각 업권별로 적용되고 있는 금융소비자보호에 관한 법률들을 통합 제정한 것이다. 본 연구에서는 금융환경의 급격한 변화에 따른 금융소비자보호의 문제점을 살펴보고, 이에 대한 법제도적 측면의 개선 방향을 제시한다. 특히 최근 제정된 금융소비자보호법에 대해 구체적으로 살펴보고자 한다. 또한 금융기관의 금융소비자보호 실태에 대한 평가를 현장 실무자의 경험을 바탕으로 분석하였다.

본 연구는 최근 언론뉴스 및 문헌조사를 통해 금융소비자보호 관련 법제도 및 금융기관의 소비자보호 업무실태 평가에 대해 살펴보고자 한다. 그리고 금융소비자보호를 위한 개선 방안을 제안하고자 한다. 금융소비자보호와 관련한 법제도적 현황을 파악하고, 향후 금융기관의 금융소비자보호 업무실태 평가 등의 개선에 대해 제안하였다.

구체적으로 국회 입법 조사자료, 법제처의 주요 법령, 금융기관 연구소의 자료, 우리나라 금융소비자보호 기구인 금융위원회와 금융감독원의 정책 자료, 금융소비자보호에 관한 연구논문, 각종 관련 세미나 자료, 인터넷 검색 자료, 언론기사 등을 본 연구에서 활용하였다. 특히 금융소비자보호 실태를 평가하는 제도의 개선을 모색하기 위해 피평가 금융기관의 실무자, 평가위원, 평가 관련 전문가들을 대상으로 면접 및 자문조사를 실시하였다.

II. 금융환경 변화와 금융소비자보호

1. 금융환경의 변화

최근 한국 경제의 특징은 저출산 및 인구 고령화로 인한 잠재성장률 하락, 지속적인 저성장과 저금리 추세, 가계부채 증가와 양극화 현상 등으로 요약할 수 있다. 또한 핀테크로 대표되는 디지털 금융환경의 변화는 금융소비자 문제를 초래하고 있다.

1) 금융환경과 금융규제

인공지능(AI)과 빅데이터, 초고속통신망을 기반으로 하는 4차 산업혁명 시대를 맞아 산업 전 분야에 디지털화, 무인화가 빠르게 진행되고 있다. 금융역시 예외는 아니어서 4차 산업혁명에 따른 변화가 계속되고 있다. 금융업

계가 추진하고 있는 변화의 핵심은 인공지능(AI)을 활용한 신규 서비스 도입 및 무인화 시스템 도입 등이다. IT산업의 혁신적인 발전으로 비대면 거래를 넘어 금융(Finance)과 기술(Technology)의 합성어인 핀테크(Fintech)산업으로 이어지고 있다. 핀테크 산업의 발전 속에서 금융소비자 보호를 위한 시스템 구축이 우선되어야 한다는 지적이 거세다. 금융환경에 변화에 따른 금융소비자보호 공백과 금융소비자 피해에 대한 문제가 지속적으로 제기되고 있다.

2) 비대면 금융거래의 확산

전자금융거래는 IT기술에 기반 한 디지털 기기를 이용하는 비대면 거래가 확산되고 있다. 비대면 금융거래 확산에 따라 P2P(Peer to Peer) 대출, P2P 투자, 신용조회서비스, 본인인증서비스, 모바일 간편송금, 인터넷 전문은행, 전자결제서비스 등에 특화된 서비스들이 연이어 소개되어 빠른 속도로 확산되고 있다. 모바일뱅킹 이용 등 비대면 거래의 증가는 <표1>에서 제시한 것과 같이 하루 평균 모바일뱅킹 비중이 2008년 4.7%에서 2018년 62.7%로 증가하고 있다. 2017년 인터넷 전문은행의 출범을 계기로 향후 단순자금이체 거래 뿐만 아닌 여수신 업무에서도 비대면 채널을 통한 거래 비중이 더욱 늘어날 것으로 전망된다.

<표1> 하루 평균 인터넷뱅킹 거래 중 모바일뱅킹 비중 (단위: %)

구분	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
건수	4.7	6.5	8.4	15.1	27.0	39.2	46.9	54.3	60.7	61.7	62.7
금액	0.7	1.0	1.4	1.2	2.6	4.1	5.0	6.2	7.4	9.1	10.2

* 출처: 한국은행, 국내인터넷뱅킹서비스 이용현황(2008-2018년)

비대면 금융거래의 확산은 다음과 같은 금융소비자보호 이슈를 발생시키고 있다. 첫째, 금융취약계층의 금융소외현상과 정보격차가 심화되고 있다. 정보화기기를 활용하는데 어려움을 겪는 취약계층의 비대면 금융접근을 어렵게 만들어 금융소외와 정보격차를 심화시킬 우려가 있다.

둘째, 불완전 판매에 대한 우려가 있다. 편리한 비대면 거래는 과거에 비해 크게 해소된 정보 비대칭성을 통해 광범위한 선택권을 소비자에게 제공하나, 동시에 불완전 판매에 대한 리스크를 증대시키는 요인이 된다.

셋째, 전자금융사고 발생에 따른 금융피해 및 개인정보 유출에 대한 위험이 커졌다. 전자금융거래상 발생할 수 있는 통신장애, 바이러스 감염 등 사이버 공격에 대한 피해, 개인정보유출 등은 사전예측이 불가능하고, 막대한 손실과 금융거래에 대한 신뢰훼손을 가져온다.

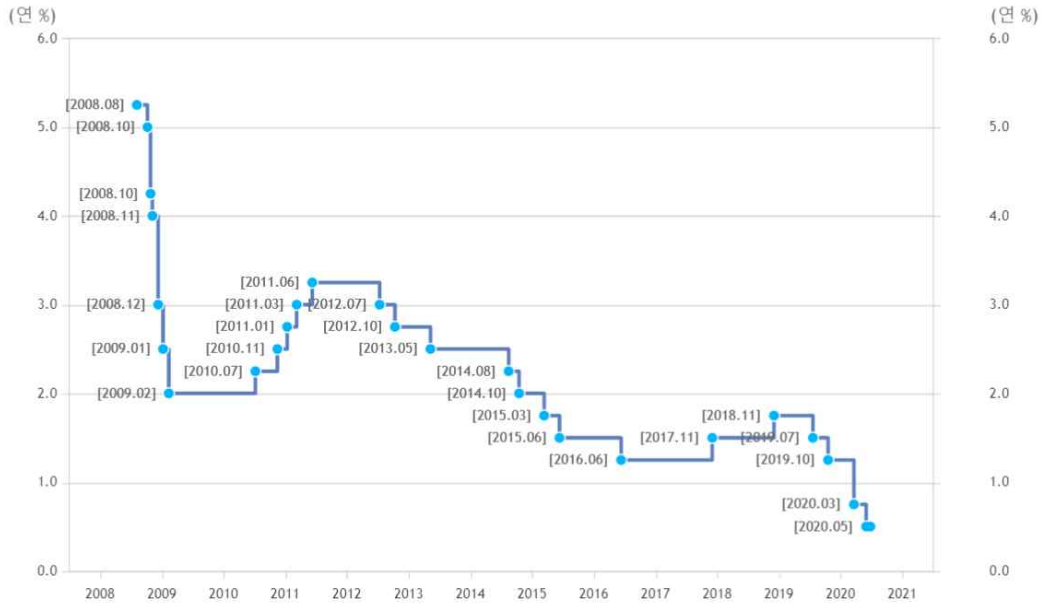
넷째, 스마트기기 조작 실수에 따른 착오거래가 증가할 위험이 있다. 스마트기기를 활용한 비대면 금융거래는 착오거래, 기기고장, 장비조작 미숙 등으로 발생하는 새로운 유형의 금융소비자 분쟁을 발생시키고 있다.

3) 경제성장률 둔화 및 인구 고령화

(1) 저성장·저금리와 복합금융 상품의 증가

최근 경제환경은 경제성장률이 빠르게 둔화되면서 저성장이 고착화되고 있다. 한편, 저금리 추세가 가파르게 진행되어 2008년 5%대를 유지하던 기준금리는 2020년 5월 0.5%로 대폭 하락하였다. 계속되는 저성장·저금리 환경 요인으로 금융기관의 순이자 마진(Net Interest Margin)은 지속적으로 축소되며 금융기관의 수익을 가파르게 악화시키고 있다.

<그림 1> 한국은행 기준금리 변동추이



* 출처: 한국은행(2020년) 통화정책 운영체제 홈페이지(<https://www.bok.or.kr>)

저성장과 저금리는 금융기관의 수익성악화로 이어지면서 이를 극복하기 위한 금융기관의 복합금융상품과 다양한 부가서비스도 가속화시키고 있다. 금융기관은 예금이나 대출 등 기존의 금융상품의 수익으로는 성장의 한계에 부딪혔다. 수익성 확보를 위한 새로운 상품개발과 서비스가 생존의 필수적인 수단이 된 것이다. 금융소비자 역시 저금리 국면에서는 금리 수익만으로 자산의 증식이 어려워지면서 투자를 위한 다양한 금융상품에 대한 요구가 생겨났다. 그 결과 다양한 금융상품과 서비스가 결합된 복합금융상품의 형태로 발전하는 ‘금융 컨버전스(Financial Convergence)’¹⁾가 이루어지고 있다. 이렇듯 금융서비스의 컨버전스를 가속화하는 복합금융상품은 단순히 상품과 서비스의 결합이나 두 가지 상품 간의 융합을 넘어서 훨씬 복잡한 형

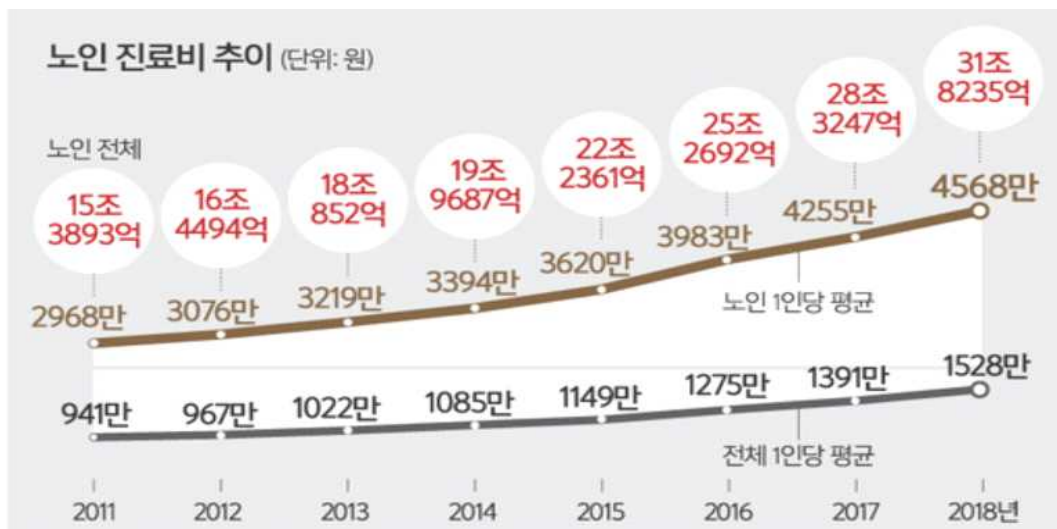
1) 하나의 기기와 서비스에 모든 정보통신기술을 묶은 새로운 형태의 융합 상품을 일컫는 ‘디지털 컨버전스(digital convergence)’와 마찬가지로 다양한 금융상품과 서비스가 결합된 복합금융상품의 형태를 ‘금융 컨버전스(Financial onvergence)’로 정의하였다.

태로 진화하고 있다. 금융의 복잡성은 금융회사가 처한 환경에 최적으로 대응한 결과로도 볼 수 있으나 금융회사는 이렇게 증가한 복잡성을 큰 문제로 인식하고 있다(노형식, 2019). 금융 복잡성 증대의 원인은 기술의 발전, 금융 규제와의 상호작용, 상호연계성, 파편화된 시스템 등을 들 수 있다(노형식, 2019).

(2) 인구고령화에 따른 금융환경 변화

한국의 고령화추세는 점점 가속화되고 있다. 2019년 총 인구 중에서 65세 이상의 고령 인구가 차지하는 비중은 약 15.5%이며, 빠른 속도로 고령화가 진행되고 있다. 고령화로 인해 <그림2>에서 제시한 것처럼 노인진료비가 지속적으로 증가하고 있으며, 국민연금과 건강보험의 재정 상황도 빠르게 악화되고 있다. 따라서 금융소비자의 노후경제 및 금융에 대한 지원이 절실해지고 있다.

<그림2> 노인진료비 추이



* 출처: 국민건강보험공단(2019) 건강보험 주요통계

한국은 경제협력개발기구(OECD) 국가 중에 노인 빈곤율이 가장 높다. 보건사회연구원의 2018년 6월 발표에 의하면 가처분소득을 기준으로 노인의 상대적 빈곤율은 46.1%로 분석되었다. 인구 고령화 추세는 자연스럽게 금융 시장에서 고령층 소비자가 증가함을 의미한다. 고령자의 경우 연령 및 건강, 가족의 생활환경 변화까지 충분히 고려하여 이러한 목적에 맞는 금융상품으로 제공할 필요가 있다(안수현, 2015).

고령 소비자가 증가하면서 금융회사들은 이들을 대상으로 하는 금융상품과 서비스 개발에 집중하고 있다. 저금리 시대를 맞이해서 은행은 고수익 위험상품을 확대하고 있다. 이 같은 금융상품 출시는 특히, 고령층 금융소비자들은 원금 손실 등 금융 위험을 높인다. 이와 같은 상황에서 최근 금융감독원은 80세 이상의 초고령 소비자는 가족의 조력을 전제로 고수익 위험 투자 상품을 가입할 수 있도록 하고 있다. 파생결합증권의 판매 시 투자자 숙려제도²⁾를 시행하는 등 고령층 금융소지자를 위한 보호조치를 도입하고 있다.

(3) 연금상품 수요 증가

고령화는 투자에도 영향을 미치고 있다. 금융소비자들이 은퇴 후를 대비하기 위해서 국민연금, 퇴직연금(DB형, DC형)³⁾등의 투자 유형이 증가하고 있다. 뿐만 아니라 개인연금저축, 연금보험, 개인형퇴직연금(IRP)⁴⁾ 등 금융투자가 늘어나는 추세이다. <표2>에서 제시한 것처럼 2005년 제도 도입 이후 국내 퇴직연금시장이 매년 급성장하여 2019년 말 기준으로 약 221조원을 넘

2) 고령투자자 등 부적합 투자자가 ELS 등의 파생결합증권 투자시 상품을 충분히 숙지하고 최종 투자결정을 할 수 있도록 일정 숙려기간을 부여하고 숙려기간 내 철회가 가능하도록 한 제도를 말한다(금융감독원, 2016).

3) 퇴직 시점에 지급받는 급여의 수준이 정해진 확정급여(DB : defined benefit)형은 ‘계속근로기간 1년에 대해 30일분 평균임금 이상의 금액×확정급여형 설정비율’이고, 운용의 결과에 따라 수익금을 지급하는 확정기여(DC : defined contribution)형은 ‘연간 임금총액의 1/12이상×확정기여형 설정비율’ 임.

4) IRP(Individual Retirement Pension)은 개인퇴직계좌(IRA)를 대체하는 성격의 퇴직연금으로, 2012년 7월 26일 근로자퇴직급여보장법이 새롭게 개정되면서 도입되었다.

어서고 있다. 운용결과에 따른 수익률을 분배받는 구조인 DC형 및 개인형퇴직연금(IRP) 비중이 높아지면서 투자관리가 중요하게 되었다. 이에 정부는 2016년 5월 ‘개인연금법’을 제정하였고, ‘개인연금계좌’를 도입하여 각종 자산을 통합 관리할 수 있도록 개선했다. 연금가입자 보호를 위한 철회권 부여, 연금자산 압류 제안, 연금상품 비교공시 등의 내용을 포함하고 있다(금융위원회, 2016).

<표2> 연도별 퇴직연금 적립금 및 증감 현황

구분	2016년	2017년	2018년	2019년
적립금(조원)	147.0	168.4	190.0	221.2
증감률(%)	16.3	14.6	12.8	16.4

* 출처: 고용노동부(2020) 2019년 퇴직연금 적립금의 운용현황 통계

한편, 퇴직연금 적립금은 국민연금 737조7000억원, 사학연금 21조4000억원, 공무원연금 12조원으로 그 규모는 무시할 수 없는 수준이다. 제도유형별로는 확정급여형(DB)이 138조원, 확정기여형(DC)과 IRP특례(기업형IRP)의 합이 57조8000억원 적립되었다. 그리고 개인형퇴직연금(IRP)도 25조4000억원이 적립되었고, 계속 증가하고 있다. 적립금증가율은 확정급여형은 전년 대비 13.9%(16조9000억원) 증가했고, 확정기여형·IRP특례는 16.3%(8조1000억원) 증가했다. 특히 개인형퇴직연금(IRP)의 경우 전년 대비 32.4%(6조2000억원)로 크게 증가하였다.

<그림3> 연도별 적립금 증감률 및 제도 유형별 구성비



* 출처: 고용노동부(2020) 2019년 기준 퇴직연금 적립금의 운용현황 통계

2019년 퇴직연금 적립금 통계를 통해 몇 가지 주목할 만한 사실은 노후를 대비하는 금융소비자의 연금에 대한 이해도가 필요하다는 것이다. 실적배당형 상품의 출시 속에서 금융소비자의 능력 향상 등 다양한 차원의 금융소비자보호가 필요하다.

분석결과 중에서 가장 주목해야 할 점은 개인형퇴직연금(IRP)의 증가 폭이 가장 크다는 것이다. 이것은 55세 이전에 자동 가입되는 개인형퇴직연금(IRP) 수치뿐만 아니라 개인이 직접 개인형퇴직연금(IRP)에 가입하고 있는 수치가 늘어난 것을 의미한다. 퇴직연금 제도에 대한 이해도가 높아지고, 세액공제의 혜택을 중시한 결과 실적배당형 상품 선택이 증가한 것이다. 종합적으로 퇴직연금제도가 긍정적인 방향으로 자리 잡고 있는 것으로 분석된다. 퇴직연금 적립금이 꾸준히 증가하고, 개인형퇴직연금(IRP)비중이 높아진 것은 제도에 대한 이해력이 높아졌다는 것을 의미하기 때문이다. 금융소비자의 금융이해력을 높이는 것은 금융소비자를 보호하는 가장 근본적인 방법이므로 지속적으로 금융이해력을 향상시키려는 노력이 필요하다.

4) 금융환경 변화와 소비자문제

(1) 금융상품의 리스크 증가와 고령층 금융소비자보호

복잡·다양한 금융상품의 공급 확대는 금융상품의 리스크를 금융소비자에게로 전가시킨다. 파생상품과 결합한 저금리 파생상품, ELS 등과 같은 복합 금융상품의 증가하는 추세에서 감독당국과 금융소비자의 각별한 주의가 필요한 이유이다. 인구 고령화에 따른 사회구조의 변화는 연금저축 상품에 대한 수요를 증가시키고 있다. 그러나 중도해지 시의 수수료 체계, 세제혜택, 연금수령 시의 세금문제와 관련한 상품구성과 약관이 매우 복잡하다. 심지어 판매시 상품을 설명하는 직원들도 이해가 어려운 상황이다. 때문에 가입자인 금융소비자에게 불완전판매가 발생할 가능성이 매우 크다. 이렇게 고령층 소비자는 복잡한 상품들에 대한 리스크에 그대로 노출되어 있다. 금융당국은 ‘금융소비자보호 모범규준’에 고령층에 대한 금융피해 예방 대책을 반영하였으나 아직 개선할 부분이 많은 상황이다. 모범규준에는 고령자에게 위협하거나 설명이 복잡한 금융상품 파생연계 상품이나 후순위 채권 등에 대해서는 권유를 자제하라고만 권고하고 있다. 그러나 이는 현장에서 상품판매를 담당하는 직원들에게는 형식적인 모범규준의 권고일 뿐이다. 금융당국은 보다 체계적이고, 주기적으로 고령층의 금융상품 니즈를 파악하고, 피해내용과 피해유형에 대한 정보를 상품권유 체크 리스트에 반영해야 할 것이다.

(2) 디지털 금융사고와 금융범죄의 증가

핀테크 기술의 발달로 인터넷·모바일 뱅킹, 전자결제시스템 등 디지털 금융 거래가 급속도로 확산되고 있다. 이에 따라 디지털 기술에 익숙하지 않은 상태에서 이를 이용하여야 하는 사람들이 피해자가 되는 금융사고가 증

가하고 있다. 정부에서 이러한 금융 사고를 막기 위해 지연인출 제도, 전자금융거래 제한 제도, 개인정보유출자 사고예방 서비스, 전자금융사기 예방서비스 등 다양한 제도를 시행하고 있으나 새로운 형태의 금융사고가 지속적으로 발생하고 있다. 특히, 금융소비자를 대상으로 하는 대표적인 금융사기인 피싱(Phishing)이나 파밍(Pharming)의 방법이 점점 지능화되고 있다.

(3) 인터넷 전문은행의 리스크

인터넷 전문은행은 기존의 은행서비스 개념을 완전히 바꾸어 놓은 서비스의 혁신이다. IT기술이 기반이 된 인터넷 전문은행은 금융거래를 위한 보안시스템이 가장 중요하다. 대량의 개인정보 취급하며 거래전반을 온라인에 전적으로 의존하고 있기 때문이다. 개인정보 유출뿐만 아니라 해킹이나 바이러스 등에 따른 금융사고의 리스크에 대비해야 한다. 보안체계, 내부통제 등 운영체제 전반을 항상 최신의 기술로 보호해야만 한다. 온라인을 이용한 편리한 금융거래는 IT기술에 익숙하지 않은 소비자들에게는 접근자체가 어려운 진입장벽이 존재한다. 인터넷은행 등의 출현은 금융소비자에게 책임전가, 불완전 판매의 증가 등의 금융피해가 발생할 리스크를 높이고 있다.

(4) 유사수신 및 불법 금융행위의 증가

유사투자자문업⁵⁾은 전문성에 대한 검증 없이 단순신고만으로 영업을 할 수 있다. 그러나 제도권의 금융기관이 아니기 때문에 분쟁조정 대상이 되지 않는다. 따라서 금융소비자의 피해가 발생해도 구제가 어려운데 최근 1:1 투자자문, 크라우드 펀딩 투자, P2P대출, 외환 차익거래, 가상화폐 투자, 비상장 주식 투자 사칭 등 다양한 형태의 불법 금융행위가 발생하고 있다. 현

5) 불특정다수인을 대상으로 발행 또는 송신되고 불특정다수인이 수시로 구입 또는 수신 가능한 간행물·출판물·통신물·방송·전자우편 등을 통하여 투자자문회사가 아닌 자가 일정한 대가를 목적으로 영위하는 투자 조언을 말한다(금융감독원 홈페이지 www.fss.or.kr).

재 광고나 금융업 유사상호 사용 금지를 법으로 규제하고 있고, 금융감독원 사이트 내 ‘불법금융 SOS’를 통해 유사 여·수신, 유사 투자자문업자의 불법 영업행위에 대해 신고를 받고 있지만 소비자 피해는 증가하고 있는 추세이다(금융감독원, 2017).

금융이해력이 낮은 금융소비자는 원금보장과 고수익 약속에 비이성적인 판단을 하기 쉽다. 그리고 유사투자자문업으로 정식 등록된 기관을 금융소비자가 구분하는 것이 매우 어렵다. 그리고 미등록 기관의 과대 허위광고를 신뢰하는 소비자도 많다. 물론, 제도권 금융회사는 금융감독원 홈페이지를 통해 확인이 가능하나 이를 인지하고 실행하는 금융소비자는 많지 않다. 또한 불법 금융영업행위는 다양한 채널(인터넷 카페, SMS, 방송, 강연, 이메일 등)을 통해 일어나고 있으며 대부분 회원제 방식으로 폐쇄적인 영업 형태로 운영되고 있어 단속하기가 쉽지 않다.

(5) 금융기관의 과당경쟁과 불완전 판매

금융시장에서의 자유로운 경쟁은 금융산업의 발전을 위해 반드시 필요하다. 그러나 과도한 경쟁은 역효과를 발생시킨다. 금융사들의 ‘그룹 통합멤버십 애플리케이션’과 ‘종합자산관리계좌(ISA)제도’는 과당경쟁의 사례라고 볼 수 있다. 비대면 거래의 편의성을 제공하기 위해 은행들은 경쟁적으로 애플리케이션을 출시하였다. 그리고 애플리케이션 설치권유를 직원들의 성과에 반영하였다. 소비자는 직원의 과도한 권유와 강요에 불필요한 애플리케이션을 설치하는 불편 겪었다. 결국, 금융감독원이 경고를 발효하는 상황까지 이르렀다. ISA제도의 경우에도 과당경쟁으로 계좌개설만을 위한 소액계좌가 대량 개설되는 등 계좌 개설에만 급급하여 소비자에게 피해를 주었다. 수익률보다 수수료가 높은 상품이 발생하고, 무리한 판매권유로 금융소비자의 신뢰를 훼손시켜 현재는 무능 통장이라는 인식이 자리 잡았다.

불완전판매는 이렇듯 금융기관의 과도한 경쟁에서 비롯된다. 직원들은 실적 압박에 상품의 단점인 리스크에 대해서는 제대로 설명하지 않고, 상품의 장점인 투자이익만을 강조하게 되는 것이다. 이는 금융시장 전반의 신뢰를 훼손시켜 장기적으로 금융기관의 발전을 저해할 수 있다. 때문에 과당경쟁으로 단기간의 성과에 치중하기 보다는 금융소비자와의 신뢰를 쌓아가기 위한 장기적 관점의 경영전략이 필요하다.

2. 금융소비자보호의 필요성

금융소비자보호의 필요성에 대해서는 다양한 선행연구가 이루어졌다. 원승연(2009)는 금융 선진국의 주요국의 소비자보호 체계를 분석하고, 우리나라 금융소비자 보호 체계를 비교하여 주요 개선과제를 도출하는 방법론으로 금융소비자보호의 필요성을 주장하였다(원승연, 2009). 권종호(2010)는 금융산업의 발전과 소비자보호에서 금융소비자보호와 금융산업 발전과의 상관성, 금융소비자법의 제정 의의, 금융소비자법상의 쟁점에 대해 연구하였다(권종호, 2010). 채준(2013)은 금융소비자보호에 대한 원칙과 제언에서 일반 투자자 위주의 금융소비자보호를 위한 원칙에 대해 연구했다(채준, 2013). 이태준·윤태웅(2014)은 금융소비자보호를 위해 공시제도의 실효성을 제고하기 위한 커뮤니케이션 전략과 함께 금융회사와 금융소비자 간의 정보적 소통을 향상시키기 위한 정책적 담론을 제공하였다(이태준 외, 2014).

1) 금융소비자보호의 범위

금융소비자보호란 금융소비자의 이익을 권리로서 보호하는 것으로 소비자 문제를 최소화하는 것으로 정의할 수 있다(최현자, 2014). 금융상품은 ‘신뢰재’의 성격을 강하게 지니고 있다. 소비에 대한 효용성을 오랜 시간이

경과한 후에 판단할 수 있기 때문이다. 따라서 금융소비자는 공급자보다 제한된 정보를 얻게 되며 상대적으로 다양한 측면에서 불리한 조건에 있다(노형식 외, 2014). 일반적인 금융소비자 보호의 범위를 정리해 보면 <표3>과 같다.

<표3> 금융소비자보호의 범위

대분류	중분류	소분류
1. 금융소비자 보호의 원칙	금융소비자보호 의무 금융소비자 전문성 구별	금융소비자보호 의무 전문거래자와 일반소비자의 구별
2. 금융상품에 대한 정보제공	금융상품에 대한 설명의무	설명 계약서면 교부의무 계약서면 등 보관의무
	판매·권유의 적정성 확보	부당권유 금지 불초청 권유의 규제 판매계약해지(cooling-off) 적합성의 원칙 판매 방법·장소 등의 규제
	위험금융상품의 판매금지	위험금융상품의 판매금지
	광고 및 약관 규제	광고규제 및 약관규제
	가격 공시	수수료의 공시 및 이자율의 규제
3. 금융소비자의 재산보호	금융소비자의 재산보호	금융소비자 재산의 분별 관리의무
4. 실효성 확보	분쟁해결	분쟁해결
	손해배상	손해배상책임의 유무 손해배상의 범위
5. 정보보호 기타 인프라	금융소비자 정보보호	정보의 수집 목적 외 사용금지
	소비자 교육	소비자 교육
	판매·권유시설의 적정성	판매·권유인력의 전문성 확보 판매·권유인력의 감독

* 출처: 금융감독원(2010년) 2010년도 금융소비자보호 업무백서

2) 금융소비자의 자기책임 원칙

금융소비자의 ‘자기책임원칙’이란 소비자 스스로가 금융상품을 제대로 파악하고, 자신의 책임 하에 금융상품에 대한 투자를 판단하는 것을 말한다. 금융거래에서 소비자는 자신의 판단과 책임으로 사적 거래를 이행한다. 그러나 구매의 판단 역시 금융회사가 제공한 제한된 정보에 의해 결정될 가능성이 크다. 금융상품은 구조가 복잡하고, 미래예측성이 불확실하여 그 가치나 위험을 사전에 인지하기 쉽지 않다. 더욱이 금융 서비스의 컨버전스 현상으로 복잡한 구조의 복합금융상품이 점차 증가하고 있다. 무형의 상품인 금융상품에 대해서는 소비자가 스스로 그 위험을 조사하고 평가해야 함에도 이에 대한 책임을 금융소비자에게 온전히 부담하게 하는 것은 타당하지 못하다(박기령, 2013). 금융거래의 경우 상대적으로 열위에 있는 소비자가 착취당할 위험이 있다(최승재, 2009).

3) 금융환경 변화와 금융이해력

일반적으로 금융소비자는 금융회사에 비해서 금융상품에 대한 정보와 지식이 부족할 수밖에 없다. 최근 다양한 파생결합상품 출시로 금융소비자의 입장에서는 금융거래에 대한 위험성이 높아지고 있다. 지식과 금융이해력이 부족한 금융소비자는 이러한 발전 속도를 따라가지 못하고 있는 것이 현실이며, 금융소비자와 금융회사의 정보 비대칭성이 심화되면서 금융상품 공급업자들이 기회주의적 거래를 할 유인과 이로 인한 금융소비자의 피해 가능성이 더욱 커지고 있다(박기령, 2013).

금융소비자의 부족한 금융이해력은 금융소비자 보호를 더욱 강화해야 하는 이유가 된다. 글로벌 금융위기 이후 OECD를 비롯한 전 세계적으로 금융소비자에 대한 금융교육과 금융이해력(Financial Literacy)⁶⁾에 대한 관심이

6) 금융이해력(Financial Literacy)이란 합리적인 금융의사결정을 위한 금융지식, 금융인식, 태도, 행동, 기술의 조합을 뜻하며 금융활동에 요구되는 지식, 태도, 행동을 총 망라한 개념이다.

높아지고 있다(김정환, 2016). 복합금융상품을 개발한 금융회사와 금융상품의 판매를 대행하는 금융회사(판매업자, 중간 매개인 등), 금융소비자인 투자자 사이에는 구조적으로 상호 간 정보의 비대칭성이 존재한다. 일반적인 금융소비자는 금융회사의 정보에만 의존할 확률이 높기 때문에 금융거래에서 잘못된 의사결정을 하더라도 거래시점에서 스스로 인지하기가 쉽지 않다.

4) 금융상품 불완전판매 및 분쟁의 지속

전통적인 금융상품(예금, 대출, 신용카드 등)에 대한 금융사업자와 소비자 간 분쟁이 지속되고 있는 상황에서도 다양한 융복합 금융 서비스(카드, 보험, 증권, 은행 등), 금융 컨버전스(Financial Convergence)가 계속되고 있다. 복잡한 금융서비스의 등장으로 복합금융상품의 불완전 판매와 이에 따른 분쟁도 증가하고 있다.

금융회사의 불완전 판매와 금융소비자의 정보 부족으로 발생한 대표적인 분쟁 사례로는 과거 KIKO사태, 상호저축은행사태, 동양그룹사태가 대표적이다. 그리고 최근에도 해외금리 연계 파생결합펀드(DLF)사태와 라임자산운용사모펀드의 환매 중단 사태가 발생하는 등 불완전판매로 인한 대규모 금융소비자 피해사례가 끊이지 않고 있다.

KIKO사태는 2008년 글로벌 금융위기가 발생했을 때 원·달러 환율의 급등으로 기업들이 대규모 손실을 본 사건이다. 국내 은행들은 수출입을 주로 하는 중소기업에 대규모의 KIKO상품⁷⁾을 판매하였는데 원·달러 환율의 급등하는 원가절하 상황이 발생함에 따라 기업과 은행 간 분쟁소송이 벌어지게 되었다. KIKO계약을 맺은 약 738개사의 기업이 약 3조2천억원의 손실을 본 것으로 추산되고 있다(한국금융연수원, 2014).

7) KIKO상품은 은행이 수출업체를 대상으로 환해지를 위해 만든 상품을 말한다.

상호저축은행사태는 금융위원회가 자기자본 비율이 국제결제은행(BIS) 기준에 미달한 저축은행 7개사에 대해 영업정지 처분을 내린 사건이다. 2011년 2월 영업정지 조치가 단행됨에 따라 예금자보호제도를 넘어서는 5천만원 이상의 예금자와 후순위 채권 투자자들이 큰 손실을 입었다. 이 사건으로 약 10만명의 예금자가 26조 6천억원 규모의 피해를 입게 되었다(한국금융연수원, 2014).

동양그룹사태는 동양증권이 투자자를 대상으로 계열사가 발행한 기업어음(Commercial Paper)과 회사채를 불완전 판매한 사건이다. 동양그룹 계열사의 재무상태가 투자부적격등급인 투기등급임을 알고도 고지하지 않았다. 특히, 계열사들의 기업회상절차 신청 직전까지 불완전 판매는 계속되었다. 피해규모는 약 2조원으로 주로 정보력이 부족한 개인투자자들이 피해를 보았다. 판매사가 투자자에게 제대로 위험을 알리지 않고, 판매한 것으로 밝혀져 큰 사회적 비난을 받았다(한국금융연수원, 2014). 이러한 피해사례에서 볼 수 있듯이 금융상품에 대한 불완전 판매와 이에 대한 분쟁은 지속되고 있으며, 금융소비자보호의 필요성을 보여주고 있다.

<표4> 금융기관별 민원접수 현황

(단위: 건, %)

구분	2017		2018		증감 (B-A)	증감률 [(B-A)/A]
	건수(A)	구성비	건수(B)	구성비		
은행	8,927	11.7	9,447	11.4	520	5.8
중소서민	16,813	22	18,501	22.3	1,688	10.0
보험	47,742	62.5	51,323	61.8	3,581	7.5
금융투자	2,875	3.8	3,826	4.6	951	33.1
합계	76,357	100	83,097	100.0	6,740	8.8

* 출처: 금융감독원(2019) 2018 연차보고서

<표5> KIKO 계약 피해규모⁸⁾

구분	피해금액	구분	피해금액
실현손실	3.15조원	대기업	0.89조원
평가손실	0.07조원	중소기업	2.33조원
합계	3.22조원	합계	3.22조원

* 출처: 한국금융연수원(2014) 2014 금융소비자보호 단행본

<표6> 상호저축은행 사태 피해규모

구분	5백만원 초과	후순위채권 피해	예금보험공사 투입비용	예금보험공사 추가투입비용	합계
피해금액	5,132억원	8,571억원	17조 5,738억원	7조 7,270억원	26조 6,711억원
피해인원	82,333명	26,666명	보호대상	보호대상	108,999명

* 출처: 한국금융연수원(2014) 2014 금융소비자보호 단행본

금융소비자의 대규모 금융피해를 최소화하기 위한 노력은 결국, 금융 감독기관의 금융소비자보호 역할을 필요로 한다. 금융소비자보호는 금융회사의 존속을 위해서도 반드시 필요하다. 금융소비자보호는 금융시장에 대한 소비자 신뢰를 통해 금융 산업이 성숙하고 발전하기 위한 기반인 것이다.

3. 금융소비자보호 관련 제도 현황

금융소비자보호 관련 제도의 현황을 살펴보면 소비자보호법(법률 제7796호)을 기초로 각각의 행정부처와 기관의 법령들(약관의 규제에 관한 법률, 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 등) 및 은행법, 보험업법, 여신금융업법 등의 개별 금융업법들에서 각각 규율하고 있다(금융감독원, 2016). 이를 금

8) KIKO와 계약을 체결한 기업은 738개사이며, 은행별 KIKO 계약건수는 총 475건이다(2010년 6월 기준).

금융소비자보호제도의 목적에 따라 구분하면 정보의 비대칭성 문제 해소, 금융시장에서의 경쟁 촉진, 금융기관의 경영 효율성 제고로 나눌 수 있다(금융감독원, 2016).

금융소비자보호와 관련해서는 단일법이 존재하지 않았으나, 2020년 3월 개별 금융권역별 법률에 나누어 적용되고 있는 금융소비자 관련법을 통합한 ‘금융소비자보호에 관한 법률’이 발의된 지 9년 만에 국회를 통과하였다.

1) 정보의 비대칭성 해소를 위한 제도

금융거래에서 정보의 비대칭성 문제를 해소하기 위한 제도로는 예금자보호 제도, 약관제도, 공시제도, 분쟁조정제도, 공정한 정보이용 등이 있다. 예금자보호제도⁹⁾는 금융회사가 파산 등의 사유로 예금을 지급할 수 없는 상황에 대처해서 예금자를 보호하고, 금융제도의 안정성을 유지하기 위한 제도이다. 예금보험공사의 예금보호기금을 통하여 일정금액 한도 내에서 예금자를 보호하는 것을 말한다. 예금자보호제도에 관한 법률로는 예금자보호법, 금융위원회의 설치 등에 관한 법률이 있다.

약관제도는 약관 규제에 관한 법률에 기초하여 불공정약관의 차단하고 규제하는 제도이다. 금융회사가 약관을 작성하면서 금융회사에 유리한 내용을 일방적으로 약관에 반영할 경우 금융소비자는 약자의 위치에서 이를 받아들일 수밖에 없다. 때문에 약관의 규제에 관한 법률에서는 약관의 뜻이 명백하지 않은 경우 소비자에게 유리하게 해석될 수 있게 하고, 동법 제6~14조에서는 면책조항·손해배상·계약해제·채무이행 및 소비자의 권익보호에 있어서 불공정한 조항은 무효로 하고 있다(금융감독원, 2011).

공시제도는 경영공시를 의무화 하는 제도이다. 금융소비자를 속이는 부당

9) 현행 1인당 보호금액은 금융기관별 원금과 소정의 이자를 합하여 최고 5천만원 이내이며, 소정의 이자란 금융회사의 약정이자 외 예보가 결정하는 이자(시중은행 등의 1년 만기 정기예금 평균금리)를 감안하여 결정한다(예금보험공사, <http://www.kdoc.or.kr>)

한 표시·광고를 방지하고, 감사보고서, 재무제표 비치 등을 제도화하여 예금자와 투자자 등의 보호를 위함이다. 관련 법률로는 주식회사의 외부감사에 관한 법률, 표시·광고의 공정화에 관한 법률, 자본시장법, 보험업법, 은행법 등이 있다.

분쟁조정제도는 금융회사와 금융소비자 상호간에 발생한 분쟁에 대해 분쟁조정 신청을 할 수 있는 제도이다. 금융감독원 산하의 분쟁조정위원회는 금융거래에서 발생한 분쟁의 경우에 대해 조정업무를 수행하고 있다. 분쟁조정 관련 내용은 금융위원회의 설치 등에 관한 법률에 규정되어 있다. 그리고 개인정보보호에 관한 법률에서는 공정한 정보 이용을 위해 개인의 사생활보호 차원에서 정보 수집을 제한하고 있다. ‘신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률’에서는 신용정보의 오·남용을 방지하기 위한 사항을 규정하고 있다.

2) 금융시장 경쟁 활성화를 위한 제도

금융시장에서의 금융회사 간 경쟁을 활성화하기 위한 제도는 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있다. 첫째는 금융시장의 구조개선을 위한 제도이고, 둘째는 금융거래 시 발생하는 불공정거래의 규제를 위한 제도이다. 따라서 금융시장의 구조개선을 위한 정책적인 지원 및 금융회사 간의 불공정 행위에 대한 적절한 규제가 필요하다. 이를 통해 공정한 금융회사의 경쟁을 활성화하는 것이다. 금융시장의 구조개선을 위한 법률로는 ‘금융산업의 구조개선에 관한 법률’, ‘독점규제 및 공정거래에 관한 법률’ 등이 있다.

불공정거래 규제는 ‘금융위 설치법’, ‘독점규제 및 공정거래에 관한 법률’ 등에 근거하고 있다. 금융소비자의 이익을 침해하는 불공정거래 행위에 대해 과징금을 부과하고, 불공정 거래에 대한 시정을 명령한다.

3) 금융회사 경영 효율성을 위한 제도

금융회사의 경영 효율성을 위한 제도는 ‘건전경영 지도에 대한 부분’ 과 ‘효율적 정보 이용에 대한 부분’ 으로 구분해 볼 수 있다. 건전경영 지도는 금융회사가 자산의 건전성, 자본의 적정성, 유동성 등을 적절하게 유지하여 건전한 경영을 할 수 있도록 지도하는 것이다. 금융감독원은 종합검사를 통해 금융소비자보호, 건전경영 확보, 금융거래질서 유지 등을 지도한다. 종합검사는 금융소비자의 피해나 중대한 법규위반 사항을 중점적으로 검사해서 제재한다. 경미한 사항은 현장조치 등을 통해 금융회사가 자율적으로 조치하도록 지도한다. 건전경영 지도는 금융회사의 경영 자율성 존중하고, 필요한 자료를 최소한으로 요구해서 금융회사의 부담을 줄여줄 필요가 있다. 건전경영 지도는 ‘자본시장법’, ‘은행법’, ‘보험업법’ 에 법적 근거를 두고 있다.

효율적 정보이용을 위한 방법으로는 신용정보 집중기관을 설치하여 신용정보를 체계적이고, 효과적으로 관리하고 있다. 신용정보집중기관은 일정한 인적·물적 기준을 충족하여 금융위원회에 등록한다. ‘종합신용정보집중기관’ 은 국내 모든 금융기관으로부터 신용정보를 집중관리·활용하는 기관으로 현재 ‘한국신용정보원’ 이 있다(금융감독원, 2020). ‘개별신용정보집중기관’ 은 동종의 금융기관 또는 동종의 사업자로부터 신용정보를 집중관리·활용하는 기관이며, 개별집중기관으로는 여신전문금융업협회, 생명보험협회, 손해보험협회, 한국정보통신진흥협회, 금융투자협회 등이 있다(금융감독원, 2020). 효율적 정보 이용은 ‘신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률’ 에 법적 근거를 두고 있다.

Ⅲ. 금융소비자보호 법제도 및 문제점

1. 금융소비자보호 법제도의 현황

2020년 3월 제정된 ‘금융소비자보호에 관한 법률’은 크게 금융회사의 상품 설명의무 강화와 금융소비자의 방어권 보장을 주요 내용으로 담고 있다. 이 법에서는 소비자 오인을 줄이기 위해 일부 금융상품에 한정해 적용하고 있는 6대 판매원칙(적합성, 적정성, 설명의무, 부당권유 금지, 불공정행위 금지, 허위과장 광고 금지)을 모든 금융상품으로 확대하고 있다. 해당 판매원칙을 위반할 경우에 대비해 위법계약 해지권 등 판매원칙 준수를 위한 법적 근거가 마련되었다. 이에 따라 소비자는 원칙적으로 모든 금융상품에 청약 철회권과 위법계약 해지권을 갖게 돼 일정 기간 안에 투자를 철회할 수 있다. 이때 소비자가 설명의무 위반을 이유로 손해배상을 제기할 경우 판매자가 위법행위가 없었다는 점을 입증해야 한다. 또한 소비자와 금융회사의 분쟁조정 과정에서 금융회사가 이탈할 수 없도록 하고, 소비자가 금융회사에 필요한 자료를 요구할 수 있도록 했다. 한편, ‘소송중지제도’가 포함되었기 때문에 분쟁조정이 신청된 사건은 소송이 진행 중이라도 법원이 소송을 중지할 수 있다. 또한 ‘조정이탈금지제도’도 포함되었는데 이는 소비자가 소액분쟁을 신청해서 진행 중일 경우 금융회사는 분쟁조정 완료시까지 제소를 금지한 제도이다. 금융회사의 판매원칙 위반 등 잘못으로 소비자 피해가 발생했을 때는 최고 1억 원의 과태료에 더해 수입의 최고 50%까지 징벌적 과징금을 부과하는 내용도 있다.

그러나 집단소송제, 징벌적 손해배상제가 포함되어 있지 않아 소비자보호 강도가 약하다는 지적도 있다. 손해배상 입증책임이 전환되는 대상도 설명의무, 적합성·적정성 원칙 위반까지 포함됐지만, 최종안에 ‘설명의무’만 담겨 통과됐다. 징벌적 손해배상제, 집단소송제, 입증책임 전환 등 핵심 내

용은 앞으로 법 시행과정에서 발생하는 문제점을 검토하며 보완해야 할 개선 과제로 인식되고 있다.

다행히 판매제한명령, 위법계약해지권 등 판매원칙 준수를 위한 강력한 수단이 마련되어 금융소비자보호에 대한 긍정적 효과는 기대된다. 금융소비자보호법이 제정됨에 따라 앞으로 별도의 금융소비자보호기구 설립안이 탄력을 받을 것으로 보인다. 금융선진국인 미국은 ‘월스트리트 개혁 및 소비자보호법’을 2010년에 제정하며 독립기구인 금융소비자보호국(CFPB : Consumer Financial Protection Bureau)을 신설해 운영하고 있다. 홈페이지에는 ‘소비자금융보호국(CFPB)은 집을 사든 신용카드를 선택하든, 해외에 있는 가족에게 송금을 하든, 다른 소비자 금융상품을 이용하든, 금융상품과 서비스가 누구에게나 유용한 것이 되도록 하기 위해 신설된 연방정부기관’으로 소개하고 있다(소비자금융보호국, 2020). 또한 ‘금융소비자보호국(CFPB)은 은행, 신용조합, 기타 금융회사들을 감독하며 불공정하고 사기성이 있고 부당한 관행으로부터 소비자를 보호하는 금융법을 집행한다.’라고 독립된 금융소비자보호기구로서의 역할을 명시하고 있다.

1) 금융감독체계

(1) 금융감독체계 유형

금융감독을 위한 역할은 크게 ‘건전성 규제’와 ‘영업행위 감독’으로 구분해 볼 수 있다. 먼저 건전성 규제는 금융회사가 부실해지는 것을 방지하기 위해 금융시스템의 안정성에 중점을 두는 것이고, 영업행위 감독은 영업질서 확립(불완전판매 금지 등)을 통한 금융소비자 보호에 중점을 두는 것이다.

건전성 규제 중 ‘미시적 건전성 감독’은 각각의 금융회사를 대상으로

진행하는 직접적인 감독행위의 개념이다. 일반적으로 지급능력(solvency)에 대한 부분을 감독하여 금융회사의 지급불능 상태로부터 금융소비자를 보호하는 것을 목적으로 한다. 예를 들면 금융회사의 자기자본 규제, 진입 및 퇴출제도, 경영공시제도, 자산보유 및 운용에 대한 규제 등이 이에 해당한다.

‘거시 건전성 감독’은 거시금융환경 변화에 따른 시스템리스크를 적절하게 관리하여 금융시스템의 안정성을 확보하는 감독개념이다. 시스템리스크는 분산되지 않는 위험(undiversifiable risk)으로 위험관리가 되지 않을 경우 금융 산업 전반에 구조적인 위기를 가져온다. 시스템리스크는 기존 미시 건전성 감독만으로는 효과적으로 관리할 수 없다. 때문에 새로운 거시건전성 감독의 필요성이 부각되었다.

금융감독체계의 유형에는 단일감독기구 모형(Single integrated regulator model)과 쌍봉형 감독기구 모형(The Twin-peaks model)이 있다. 이는 소비자보호 기능과 건전성 규제의 통합 여부에 따른 구분이다.

윤석현(2014) 등은 금융감독체계 개편을 위한 기본방향으로 감독기구의 독립성 확보, 소비자보호 강화, 감독체계 간 협력체계 확립을 요구하였으며 구체적으로 건전성감독기구로부터 소비자보호기구를 분리하여 양자 간 책임 소재를 명확하게 하는 것이 중요하고, 소비자보호기구 분리방안으로 쌍봉형(Twin-Peaks) 체계 도입을 추천하였다(윤석현, 2014). 그리고 쌍봉형 체계 도입에 대한 구체적인 방법론을 제시하였다. 금융 선진국인 영국의 쌍봉형(Twin-Peaks) 체계의 도입을 사례로 제시하며, 소비자보호기구와 건전성감독기구 간 업무분장, 지배구조설계 등에 대한 개선방안을 모색하였다. 정홍주·이현복(2014)은 금융감독기구의 독립성, 책무성, 투명성 강화방안에 대해 연구하고 주요국의 사례를 통하여 우리나라 금융감독에 대한 정책방향을 제시하였다(정홍주 외, 2014).

① 단일감독기구 모형(Single integrated regulator model)

단일감독기구 모형은 ‘통합형 금융감독기구’ 라고도 한다. 단일기관에서 금융소비자보호와 금융회사 건전성 규제 기능이 수행되는 구조이다. 단일감독기구가 금융 산업 전반에 대한 건전성 및 영업행위 규제를 담당하며 동시에 금융소비자보호 업무도 수행한다. 그런데 통합형 금융감독기구는 각 금융업권별로 발생하는 차이와 업계별 특성을 제대로 반영하지 못한다는 한계가 있다. 특히, 영업행위 감독과 미시건전성 감독을 균형감 있게 수행하기 쉽지 않다는 비판이 있다. 싱가포르, 독일, 스위스, 일본 등이 단일감독기구 모형의 감독체계를 채택하였으며, 우리나라 역시 단일감독기구 체계에 속한다(김동원, 2014).

② 쌍봉형 감독기구 모형(The Twin-peaks model)

쌍봉형 감독기구 모형은 영업행위 규제 기능과 건전성 감독기능을 독립된 규제기구가 수행하는 이원화된 감독형태이다. 이는 목적에 따라 기능을 분리한 규제체계라고 할 수 있다. 결과적으로 금융소비자보호 기능과 건전성 규제를 독립된 기관에서 수행한다. 현재는 쌍봉형 금융감독체계가 전 세계적으로 증가하는 추세이다. 감독기구를 분리하여 이원화하는 것은 감독 기구가 고유의 감독목표를 가지고 있기 때문에 역할과 책임에 대한 명확한 인식과 전문성을 확보할 수 있다. 쌍봉형 감독기구는 네덜란드, 뉴질랜드, 호주 등 주로 유럽에서 채택하고 있는 금융감독 체계이다.

③ 혼합형(Hybrid models)

혼합형은 소형 금융기관 감독기구를 독립적으로 분리하는 형태이며 미국의 연방 예금보험 공사(FDIC: Federal Deposit Insurance Corporation)을 대표적인 예로 들 수 있다. FDIC는 미국 정부의 독립적 산하 기구로 보험에 가

입한 미국 소재 은행이 파산하는 경우 해당 은행 예금주들이 예금 손실을 입지 않도록 보호한다.

2) 사전적 금융소비자보호제도

금융소비자가 이의를 제기한 시점을 기준으로 금융소비자보호와 관련한 제도는 ‘사후적 보호제도’와 ‘사전적 보호제도’로 구분이 가능하다. 금융소비자를 위한 사전적 보호제도는 영업행위 준칙, 공시·약관·광고에 대한 규제, 불건전 영업행위 규제 등으로 주로 ‘규제’와 관련된 것이다. ‘사후적 보호제도’는 민원, 분쟁조정, 소송 등과 관련한 제도로서 금융소비자가 제기한 불만에 대한 문제를 해결하는 일반적인 프로세스에 해당한다.

(1) 영업행위 준칙

자본시장법과 금융투자법에 관한 법률(이하 자본시장법)은 금융소비자보호의 관점에서 금융회사와 금융회사 종사자가 금융소비자와의 거래에서 지켜야 할 행위에 대해 안내하고 있다. 자본시장법은 금융업권별 법률 중에서 영업행위 준칙을 가장 모범적으로 입법화한 것으로 평가된다. 금융소비자보호를 위한 영업행위 준칙은 신의성실의 원칙, 설명의무, 적합성원칙, 적정성원칙 등이 있다.

① 신의성실의 원칙과 이해상충 관리

자본시장법에서 금융투자업자는 신의성실의 원칙에 따라 공정하게 금융투자업을 영위하여야 한다고 규정하고 있다. 그리고 정당한 사유 없이 투자자 이익을 해하면서까지 자기 및 제3자의 이익을 추구하는 행위에 대해 금지하고 있다(자본시장법, 제37조). 또한 투자자와 금융투자업자와 간의 이해상충

을 관리하기 위해 이해상충 발생가능성에 대해 파악하고 내부통제 기준에 따라 관리하여야 한다고 적시되어 있다(자본시장법, 제44조). 2006년 제정된 ‘금융소비자보호 모범규준’에는 ‘신의성실의 원칙’을 명시하고 있다. 모범규준에 따르면 금융회사가 금융상품을 판매하는 과정에서 법령을 준수하고 건전한 금융거래질서 유지를 위해 노력해야 한다. 그리고 불완전판매가 발생하지 않도록 충분한 선택정보를 소비자에게 제공해야 한다. 그러나 이것은 법적인 효력을 발휘하지 못하고, 금융소비자 보호를 위한 감독당국의 행정지도의 수준이라는 한계를 가지고 있다.

② 설명의무

‘설명 의무(Product Guidance)’란 금융투자회사가 일반투자자에게 금융투자상품을 투자권유하는 경우 상품 내용과 위험 등을 투자자가 이해하도록 설명해야 할 의무이다(권순현, 2013). 즉, 금융소비자에게 꼭 알아야 할 금융상품의 핵심내용을 설명하는 것이다. 자본시장법에서는 금융투자업자는 일반투자자에게 금융투자상품의 내용, 위험 등을 설명하며 투자를 권유해야 한다. 설명의무에서는 금융소비자에게 ‘설명을 받고 이해하였음’을 서명 등을 통해 받도록 하고 있으나 이 조항은 역으로 금융소비자가 서명을 근거로 금융회사와의 소송이나 분쟁에서 불리한 상황이 될 수 있는 근거가 되기도 한다(권순현, 2013).

③ 적합성 원칙

적합성 원칙은 금융소비자의 투자목적, 재산, 경험 등의 상황에 가장 적합한 상품을 제공할 원칙이라 할 수 있는데, 적정성 원칙과 본질적으로 큰 차이는 없다고 할 수 있으나 일반적으로 구매권유가 있을 경우에는 ‘적합성 원칙’을, 구매권유 없이 계약을 체결하는 경우 ‘적정성 원칙’을 적용하

기도 한다(권순현, 2013). 금융투자업자가 투자권유를 하는 경우 투자경험, 투자목적, 재산상황 등의 정보를 파악한 후 적합하지 않다고 판단될 경우에는 일반투자자에게 투자권유를 금지한다(자본시장법, 제46조).

④ 적정성 원칙

적정성 원칙은 금융소비자가 금융상품을 스스로 선택했을 경우, 금융회사가 그 금융상품이 금융소비자에게 적정한지를 적극적으로 판단해야 한다는 것이다. ‘금융투자상품’의 경우 적정성 원칙에 대한 실효성이 가장 높다. 즉, 금융투자업자는 투자권유를 하지 않더라도 그 상품이 투자자의 투자경험, 투자목적, 재산 등에 따른 상황에 적정한지를 파악하고, 이에 대한 확인을 받아야 한다(자본시장법, 제 46조).

(2) 부당 영업행위 규제

건전한 거래질서를 해하고 금융소비자의 권익을 침해할 우려가 있는 행위에 대해서는 금융업권별로 법률에 명시하고 이를 금지하고 있다. 우선 자본시장법 제 47조에는 금융투자업자가 금융소비자에게 투자권유 시 부당권유를 금지한다. ‘부당권유’란 불확실한 사항에 대해 확실한 사항이라고 오인하게 할 내용을 알리거나 거짓된 내용을 알리는 행위이다. 이것은 선관의무 및 충실의무에 반하는 행위이다. 금융투자업자는 선량한 관리자의 주의로 투자자의 이익을 보호하기 위해 충실하게 업무를 수행해야 한다(자본시장법 제 79조, 제96조 등). 또한 자본시장법은 부정거래행위에 대해서도 금지하고 있다. 모든 금융투자업자의 부정한 수단이나 계획 혹은 기교를 사용하는 거래 행위 등을 일체 금지한다. 금융투자업자가 거래를 체결할 목적의 거짓 시세를 안내하는 것과 재산상의 이익을 얻고자 거짓의 문서를 사용하는 것을 금지하고 있다.

보험업법 제 97조에 의하면 불건전 영업행위에 대한 규제를 상세하게 열거하고 있다. 동법에서는 보험사, 보험 설계사 등이 주체가 되어 이루어지는 보험계약의 체결이나 모집에 관한 금지행위를 규정한다. 보험계약 내용에 대한 사실여부, 상품의 중요 사항에 대한 사전 고지여부, 사실에 근거하지 않고 거짓으로 상품을 홍보하는 행위, 부당하게 기존 계약을 소멸시키는 행위, 명의도용 행위 등을 법률로써 금지하고 있다.

은행법에서의 영업행위 규제는 신용공여 한도규제와 금지업무가 있다. 이는 금융소비자 보호를 위한 간접적인 건전성 감독 수단이며, 금융소비자보호에 대한 영업행위 규제는 은행업감독규정 및 감독업무시행세칙에서 적용하고 있다.

신용협동조합법과 상호저축은행법에서는 금융소비자보호와 관련한 영업행위 금지내용이 규정되어 있지 않다. 그러나 불건전한 영업행위는 감독규정 등 하위규정을 통해 규제하고 있다. 은행법, 신용협동조합법, 상호저축은행법의 경우 불건전 영업행위를 법률에서 직접적으로 규제하지 않는다. 따라서 금융소비자보호를 위한 불건전 영업행위 규제를 하위 규정에 한정된 부분은 개선이 필요하다. 또한 불건전 영업행위에 대한 엄중한 처벌로 규제의 실효성을 높여야 할 것이다. 행위자와 책임자에 대한 손해배상 기준을 강화할 필요가 있다.

3) 공시, 약관, 광고에 대한 규제

(1) 공시규제

금융회사의 공시는 회사의 경영에 대한 부분과 금융상품에 대한 부분으로 나누어 접근해 볼 수 있다. 회사의 경영정보 공시 중 하나인 건전성에 대한 부분은 금융소비자에게 금융계약의 지속성을 판단하게 해주는 중요한 정보

이다. 회사의 건전성이 악화되어 부도가 발생하면 거래를 지속할 수 없을 뿐만 아니라 손실을 볼 수도 있게 때문이다. 금융 거래에 필요한 정보를 제공하는 것이 금융상품에 대한 공시이다. 이는 크게 각 협회가 제공하는 비교공시¹⁰⁾와 금융회사가 제공하는 상품관련 공시로 나눌 수 있다.

자본시장법 제 58조에 의하면 금융투자업자의 경우 수수료 부과기준이나 부과절차를 홈페이지 등에 공시하도록 규정하고 있다. 금융투자협회를 통해 이를 금융투자업자별로 비교 공시하는 의무조항을 두고 있다. 또한 자본시장법 제 90조에는 금융투자협회가 집합투자재산의 운용실적을 비교하여 공시하도록 규정하고 있다.

보험업법 제 124조에서는 보험계약자의 보호를 위해 보험회사 및 보험협회가 공시하여야 할 중요 사항에 대해 규정하고 있다. 보험업법 시행령을 통해 보험료, 보험금, 보험기간, 보험회사의 면책사유, 보장위험, 모집 수수료율, 공시이율, 특별계정 자산의 기준가격 및 수익률의 공시를 규정하고 있다.

은행의 경우 은행법 제52조를 통해 금융소비자와의 금융분쟁 발생 방지를 위해 중요 정보에 대한 의무를 규정하고 있다. 그러나 판매하는 금융상품에 대한 비교공시에 대한 법률적 의무를 규정하지는 않는다. 이에 대한 보완을 위해 금융감독원은 금융상품 비교공시 활성화 방안을 마련해 소비자의 상품선택권 강화하였다. 소비자정보 포털에는 예금, 적금, 대출 등과 같은 금융상품의 비교조회, 퇴직연금 수익률 공시, 연금저축 통합공시 서비스를 제공하고 있다.

(2) 약관규제

‘약관 규제에 관한 법률(이하 약관법)’은 사업자가 지위남용을 통해 공

10) 비교공시는 유사한 서비스를 제공하는 금융상품들의 주요 특성을 금융소비자가 쉽게 비교할 수 있도록 공시와 관련된 자료 등을 체계적으로 정리하여 공시하는 것을 말한다.

정하지 않은 내용의 약관을 통해 거래를 체결하는 것을 금지한다. 불공정약관을 규제하여 금융소비자보호를 위한 건전한 거래질서를 확립한다. 때문에 금융상품은 약관법에 적용을 받는다. 그리고 개별 금융법을 통해 필요한 약관 규제를 추가 부과하고 있다. 약관법에 따라 금융회사는 금융소비자에게 약관 내용에 대해 설명해야 한다. 모호한 약관 내용은 소비자에게 유리하게 적용하도록 규정한다. 그리고 소비자에게 불리한 약관은 무효화 할 수 있도록 명시하고 있다. 그러나 이러한 조치가 금융소비자에게 실제로 사전적 구제가 되기는 힘든 상황이다. 금융소비자가 이해하기에는 전문적이고 어려운 약관이 많기 때문이다. 결과적으로 대부분의 금융소비자는 금융거래에서 피해가 발생한 후에 사후적 구제받고 있는 것이 현실이다.

(3) 광고규제

일반 상품과 같이 금융상품에 대한 광고도 ‘표시·광고의 공정화에 관한 법률’ (이하 표시광고법)이 적용된다. 금융광고는 상품광고와 회사에 대한 이미지 광고로 분류한다. 회사이미지 광고는 표시광고법, 방송법, 소비자기본법 등의 적용을 받는다. 금융상품 광고는 홈쇼핑, 공중파, 라디오 등의 ‘방송광고’와 신문, 잡지, 옥외광고, 전단지 등의 ‘비방송 광고’를 통해 이루어진다. 최근에는 모바일 환경에 적합한 SNS마케팅이 확산되면서 광고 채널이 다양하고, 복잡해지고 있다. 금융업권의 광고 규제를 살펴보면 금융투자업자로 등록되지 아니한 자는 금융투자상품에 대한 광고를 금지하고 있다(자본시장법, 제 57조). 그리고 투자위험에 대한 부분을 명확하게 공지하도록 규정하고 있다. 투자자는 투자원금의 손실이 발생할 수 있다는 점을 고지해야한다. 그리고 그 손실은 투자자에게 귀속된다. 운용실적에 대해서는 미래의 수익률을 보장하는 것이 아니다. 금융투자상품의 광고는 이러한 내용을 투자광고 내용에 반드시 포함하도록 규정하고 있다.

은행업에서는 예금, 대출 등 은행이 취급하는 상품에 대한 광고에 필수적으로 은행의 명칭, 상품의 내용, 거래 조건을 포함해야 한다. 은행법 제 52조에는 금융소비자의 올바른 선택을 위해서 이자 지급시기와 부과시기, 이자율의 범위 및 산정방법, 부수적 혜택 및 비용 등을 명시하게 하고 있다. 보험업의 경우 제95조에 모집광고 관련 준수사항을 규정하고 있다. 예를 들어 보험상품에 대해 광고하는 경우 보험회사는 보험계약 체결 전에 상품설명서 및 약관을 읽어 볼 것을 권유하는 내용을 명시하여야 한다.

4) 사후적 금융소비자보호제도

(1) 분쟁조정제도

분쟁조정은 크게 소송을 통한 해결하는 방법과 소송 외 분쟁조정기구를 통해 해결하는 방법으로 나눌 수 있다. 그리고 소송 외 분쟁조정은 크게 대안적 분쟁조정(ADR) 방법과 회사 내 분쟁조정(IDR) 방법이 있다. 우리나라의 경우 회사 내 분쟁조정의 비중은 크지 않다. 그리고 대안적 분쟁조정(ADR)은 행정형 분쟁조정과 민간형 분쟁조정이 있다. 행정형 분쟁조정은 행정부 또는 유사한 기능을 수행하는 기관을 통해 이루어지고, 민간형 분쟁조정은 자율규제기구를 통해 운영되는 것이다(송민규, 2013). 금융감독원과 소비자보호원은 각각 ‘금융분쟁조정위원회’와 ‘소비자분쟁조정위원회’는 통해 금융회사와 소비자간 발생한 분쟁을 조정하는 역할을 수행하고 있다. 제도의 실효성을 높이기 위해서는 분쟁조정기구의 조정결정이 금융회사에만 구속력을 가지는 편면적 구속력을 도입할 필요가 있으며, 금융분쟁조정 담당 조직 확대 및 전문 인력의 양성이 필요하다(허경옥 외, 2014).

① 금융분쟁조정위원회(금융감독원)

1999년 공포된 금융위원회법에 근거해 금융감독원의 금융분쟁제도가 운영

되고 있으며, 2020년 3월 24일 일부 개정되었다. 금융감독원의 검사를 받는 기관은 대부분 분쟁조정을 하는 대상이다. 은행, 보험회사, 증권금융회사, 금융투자업자, 종합금융회사, 여신전문금융회사 및 겸업여신업자, 상호저축은행과 그 중앙회, 농협은행, 신용협동조합 및 그 중앙회 등이 이에 속한다.

금융위원회법 제52조(조정위원회의 구성)에 근거하여 금융감독원의 금융분쟁조정위원회는 위원장 1명(소속 부원장보)을 포함하여 30명 이내의 위원으로 구성된다. 위원의 자격은 소비자단체 임원, 학자, 금융기관 경력자, 전문의 의사, 변호사 등으로 제한하고 있다.

금융감독원은 금융위원회법 제53조(분쟁의 조정)에 의해 분쟁조정 신청을 받으면 당사자들에게 그 내용을 알리고 합의를 권고할 수 있다. 금융감독원장은 분쟁조정 신청을 받고, 합의가 이루어지지 않는 경우에는 30일 이내에 조정위원회에 지체 없이 이를 회부하여야 한다. 그리고 조정위원회는 이를 60일 이내에 심의를 진행하여 조정안을 작성하여야 한다. 조정안을 수락한 경우 그 조정안은 재판상의 화해와 동일한 효력을 갖는다.

② 소비자분쟁조정위원회(한국소비자원)

한국소비자원은 소비자의 권익 증진과 소비생활의 향상을 통해 국민경제의 발전에 기여하기 위해 국가에서 설립한 전문기관이다. 소비자기본법에 의거 설립되었으며 소비자 권익을 증진할 수 있는 제도 및 정책 연구, 정보 수집 및 제공, 물품 등의 조사, 건의, 교육과 홍보 등의 업무를 수행한다. 그리고 소비자기본법 제 33조 및 34조에 의해 소비자 불만처리와 피해구제를 위한 업무를 수행한다. 소비자기본법 제 60조에 의거 한국소비자원에서는 ‘소비자분쟁조정위원회’를 설치하여 소비자와 사업자 사이에 발생한 분쟁을 조정하는 역할을 수행하고 있다. 소비자분쟁조정위원회는 소비자분쟁조정요청 사건을 심의하여 조정결정 수행하는 준사법적인 기구이다. 이는

법원에 의한 사법적 구제 절차 전에 당사자 간 분쟁 해결을 할 수 있는 마지막 수단이다. 소비자분쟁조정위원회는 위원장 1명이 포함된 150명 이내의 위원으로 구성하며, 위원장이 포함된 5명은 상임으로 하고 나머지는 비상임으로 한다(소비자기본법, 제 61조).

(2) 손해배상책임

금융소비자는 금융회사의 위법 행위에 대한 손해배상 청구의 권리가 있다. 민법 제 750조에 의하면 고의 또는 과실로 인한 위법행위로 타인에게 손해를 가한 자는 그에 따른 손해를 배상할 책임이 있다. 현행 금융업법상 손해배상책임에 대한 규정이 자본시장법에는 있으나 은행법, 보험업법 등에는 규정이 없다. 따라서 은행업과 보험업은 민법에 따라 손해배상 책임을 진다. 반면 자본시장법 제48조에 따르면 금융투자업자가 일반투자자에게 설명의무를 위반한 경우 손해배상책임을 부담한다. 제 64조에서는 금융투자업자가 법령, 약관, 투자설명서, 집합투자규약에 위반하는 행위를 하거나 그 업무를 소홀히 하여 투자자에게 손해를 발생시킨 경우에도 손해배상 책임이 있다고 규정하고 있다.

최근에는 귀책사유가 판매 직원에게 있을 경우, 판매자도 책임을 부담하게 하는 추세이다. 이것은 그동안 금융회사가 대부분의 손해배상책임을 부담해오던 것에서 한층 더 강화한 조치이다. 우리나라는 금융회사가 파산할 경우 금융상품 투자로 발생한 금융소비자의 손실에 대해 예금보험공사만 책임의 역할을 수행한다. 때문에 예금자보호 대상을 제외한 투자상품의 경우에는 해당 금융회사가 파산할 경우 보상받을 수 있는 방법이 없다(예금보험공사, 2020).

(3) 영국의 금융옵부즈만서비스

영국은 대체적 분쟁해결제도를 민간차원에서 구축한 금융 선진국이다. 영국의 금융옵부즈만서비스(Financial Ombusman Service, FOS)는 공공기관으로 운영상 독립성을 가지고 있으며 전문성을 갖춘 약 4천명의 직원으로 구성되어 있다. 접수된 민원의 유형에 따라 300명의 옵부즈만 매니저가 소비자 상담과 분쟁처리를 담당한다. 영국의 금융옵부즈만은 금융서비스시장법(FSMA)에 근거하여 설립되었으며, 금융분쟁기관으로서 강제관할권과 편면적 구속력¹¹⁾을 가지고 있다. 영국의 모든 금융기관들은 FOS의 ADR제도에 참여가 의무화되어 있으며, FOS의 분쟁조정 결과에 대해 거부할 수 없는 편면적 구속력이 있어 금융소비자분쟁에 있어 FOS는 준사법적 성격을 지닌다. 또한 FOS는 분쟁해결을 위한 강력한 증거조사권을 가지며, 회원금융사들로부터 부담금 징수와 이용수수료를 받아 운영되고 있다(이훈, 2015).

2. 금융감독원의 금융소비자보호제도

금융감독원은 2012년 내부 준독립기구인 ‘금융소비자보호처’를 설치할 통해 금융소비자보호 역량에 집중하였다. 그리고 2020년 1월 금융소비자보호법 제정 등 금융환경 변화에 따라 금융소비자보호처를 기존 6개부서 26개 팀에서 13개부서 40개 팀으로 확대 개편하여 금융소비자보호 기능을 대폭 강화하였다.

1) 금융소비자보호 모범규준

2006년 9월 금융당국과 금융업권은 금융회사의 소비자보호 역량을 제고하

11) 편면적 구속력이란 분쟁조정결정에 대해 금융소비자가 소를 제기할 수 있는 반면, 금융회사는 그대로 수용해야 하는 제도를 의미한다.

기 위해 공동으로 금융소비자보호 모범규준을 제정하였다. 금융소비자보호 모범규준은 2013년 7월에 보다 강화되었는데 강화된 내용을 살펴보면 우선 금융회사가 금융소비자보호를 위한 조직과 제도 면에서 금융소비자보호를 위한 경영방침을 공식적으로 문서화하도록 하였다. 금융회사는 준법감시인에 준하는 독립적 지위를 가지고 있는 ‘금융소비자보호 총괄책임자(CCO : Chief Consumer Officer)’를 선임임원 중에서 지정하고, 금융소비자보호 총괄부서를 최고경영진 직속의 독립 전담조직으로 운영하여야 한다(금융감독원, 2013). 또한 금융소비자 보호 관계 부서 간 업무협회의 원활화 및 금융소비자보호 이슈를 종합적인 관점에서 신속하고 효과적으로 조정할 수 있도록 CCO산하에 ‘금융소비자보호협의회’를 설치하게 하였고, 금융상품 단계(상품개발 단계-금융상품 판매과정-사후관리단계)별로 소비자보호 체계를 구축하였다(금융감독원, 2013).

금융당국은 금융소비자보호법 제정에 대비하여 2020년 1월 금융소비자보호 모범규준을 개정하였다. 개정안의 주요내용은 소비자보호 총괄책임자의 권한강화, 금융소비자 중심 경영인증제 도입, 휴면·장기미청구 금융재산 발생의 예방 및 감축 등으로 소비자보호 업무를 강화하였다. 구체적으로 ‘금융소비자보호협의회’ 의장을 기존에 CCO에서 CEO로 상향하였고, 협의회의 업무범위와 권한을 확대하였다. 특히, 금융상품 판매 후에 소비자보호를 강화하기 위한 조치로 신의성실 원칙에 따라 상품에 관한 내용을 적극 안내하도록 하고, 소비자가 계약상의 권리를 행사시 청구된 내용을 신속하게 처리할 수 있도록 금융회사가 관련 업무절차와 기준을 마련하도록 하였다(금융감독원, 2020). 개정된 모범규준의 주요내용은 금융소비자보호법 시행령 등에 반영할 계획이다.

2) 금융민원 및 분쟁 처리

2008년 7월부터 금융감독원은 금융민원센터를 설치하여 금융거래에 관련된 모든 민원을 한곳에서 처리할 수 있도록 하였다. 금융민원센터는 금융민원서비스 시스템을 통해 금융민원을 신속하게 접수하여 처리할 뿐만 아니라 진행상황 실시간 확인, 등록·신고 등의 온라인 신청, 온라인 상담 등 금융당국과 금융회사 간 쌍방향 원스톱서비스를 제공한다.

금융위원회와 금융감독원의 금융통합민원서비스인 e-금융민원센터는 원스톱(One-stop)으로 금융거래에서 발생하는 모든 민원을 상담·처리하는 온라인 인터넷창구(www.fcsc.kr)이다. 민원인의 온라인으로 금융당국의 유권해석, 인허가·등록, 금융민원 등을 해결하기 때문에 직접 방문하는 불편함과 시간적인 기회비용을 줄여준다. 또한 금융위원회, 공정거래위원회, 한국소비자원, 국민권익위원회 등 타 기관을 통해 접수된 경우에도 이를 이첩받아 처리한다.

3) 금융관행 개혁과 금융소비자 정보포털

금융관행 개혁은 불합리한 금융관행을 개혁하여 금융소비자의 권익을 제고하고, 우리나라 금융산업의 효율성을 증진시킴으로써 궁극적으로 금융의 선진화와 금융에 대한 국민의 신뢰를 제고한다. 금융관행 개혁의 4대 기본 방향은 ‘①금융소비자의 정당한 권익제고 ②금융질서 확립과 금융에 대한 불신 해소 ③금융관련 산업의 효율성 제고 ④금융에 대한 올바른 인식 확산’으로 20대 우선 개혁 과제별 추진 계획에 따라 불합리한 금융관행을 개혁한다. 금융감독원은 <그림4>에서 제시한 바와 같이 ‘국민체감 20대 금융관행 개혁과제’를 선정하여 제3차 금융관행 개혁과제¹²⁾를 추진하고 있다.

12) 금융감독원 홈페이지(<http://www.fss.or.kr/fss/reform/sub/promoting.jsp>)에는 ‘국민체감, 금융관행 개혁’의 1-2차 금융관행 개혁과제에 대한 구체적인 개선결과 내용이 소개되어 있다. 현재는 3차 금융관행 개혁과제를 추진 중에 있으며, 실질적인 개선을 위해 ‘국민 참여방’을 운영하고 있다.

<그림4> 제3차 국민체감 20대 금융관행 개혁과제

제3차 국민체감 20대 금융관행 개혁과제	
1 금융회사의 불합리한 대출관행 개선	2 비은행 금융회사의 고금리 대출관행 시정
3 장애인 등 특수여건 금융소비자의 금융애로 해소	4 보험가입자의 알림의무 개선
5 건강인 보험료 할인 활성화	6 실손의료보험 가입자 권익제고(II)
7 보험 완전판매 관행 정착 및 분쟁조정 실효성 제고	8 금융환경 변화에 부응한 투자자보호 관행 확립
9 펀드 보수·수수료 체계 개선 등	10 신용카드회사의 포인트 영업관행 개선
11 대부업에 내재된 불합리한 관행 개선	12 온라인·비대면 금융거래 활성화
13 “내 계좌 한눈에” 서비스 도입	14 “내 카드 사용내역 한눈에” 서비스 도입
15 보험금 청구절차 간소화	16 각종 금융조회서비스의 이용 편의성 제고
17 개인신용등급 일괄조회시스템 구축	18 전 국민 온라인 신용교육 전개
19 금융소비자에게 유익한 정보제공 확대(II)	20 금융소외계층에 대한 금융교육 강화

* 출처: 금융감독원(2020) 국민체감 금융관행 개혁과제 홈페이지(www.fss.or.kr)

금융소비자 정보포털사이트 파인(fine.fss.or.kr)은 금융감독원이 금융소비자에 대한 다양한 정보를 제공한다. 금융소비자가 금융거래에서 필요한 정보를 종합적으로 제공하는 온라인 사이트로 금융감독원의 금융관행 개혁을 추진하며 2016년 9월부터 서비스를 개시하였다. 서비스의 주요 내용을 살펴보면 먼저 금융상품(예·적금, 대출, 카드, 보험, 펀드 등)의 거래단계별 핵심 정보를 제공한다. 각 상품별로 가입전(상품소개, 상품비교, 회사 비교공시), 가입시(가입안내, 주요서식, 필수 확인사항), 가입후(유지 및 관리, 만기 및 해약, 소비자보호제도)의 단계별로 주요 확인 정보를 이해하기 쉽게 안내한다. 이밖에도 공통, 금융꿀팁, 은행·카드, 보험·증권, 통합연금포털, 서민·중소기업 등의 카테고리를 구분하여 필요한 정보를 효율적으로 제공하고 있다.

3. 금융소비자보호법의 주요 내용과 문제점

금융소비자보호법과 관련된 선행연구는 지속적으로 이루어져 왔다. 안수현(2014)은 금융소비자보호정책을 담당하는 금융정책감독기관의 금융소비자보호방안에 대한 기본 정책 방향과 그 상세내용을 파악하고 문제점과 한계를 고찰하였다(안수현, 2014). 한국금융소비자학회는 금융소비자보호법안의 입법경과를 살펴보면서 법안의 주요 내용과 쟁점을 검토하였다(한국금융소비자학회, 2019). 이와 같은 선행연구를 바탕으로 2020년 3월 제정된 금융소비자보호법의 주요내용과 문제점에 대해 살펴보도록 하겠다.

1) 금융소비자보호법의 주요 내용

금융소비자보호법의 주요 내용을 살펴보면 금융소비자보호법은 무엇보다 금융소비자의 입장에서 금융거래의 전 과정을 포괄하여 소비자를 보호하는 법체계를 구축하고자 하였다. 동일상품에 대해 동일규제를 적용함으로써 규제공백을 방지하는 법안을 제정한 것이다. 금융상품 금융소비자보호법의 기본방향은 크게 사전 정보제공, 금융상품 판매, 사후피해 구제의 3단계로 나누어 볼 수 있는 금융소비자의 전 과정을 포괄적으로 수용하는 금융소비자보호에 관한 기본 체계를 구축하는 것이다. 이 법률의 제정은 구체적으로 다음과 같은 몇 가지 점에서 중요한 의미를 가지고 있다.

첫째, 금융상품과 판매업 유형을 ‘예금성, 투자성, 대출성, 보험성’으로 분류하고, 금융상품을 판매할 수 있는 채널을 직접판매업자, 판매대리 및 중개업자, 자문업자로 구분하였다. 이에 따라 금융상품의 기능별 규제체계가 마련되었다. 이를 통해 규제의 사각지대를 제거하고, 동일 기능의 금융상품과 금융서비스에는 동일규제를 적용할 수 있는 체계를 구축하였다.

둘째, 금융소비자보호법에서 규정한 6대 판매원칙을 모든 금융상품에 적

용함에 따라 금융소비자의 사전적 피해 예방이 가능해질 것으로 보인다. 판매단계에서 설명의무, 적합성 원칙, 적정성 원칙, 부당권유행위 금지, 불공정 영업행위 금지, 허위·과장광고 금지 등을 위반할 경우 제재 수준이 더욱 강화되면서 금융회사의 부담이 커졌다.

셋째, 금융소비자보호법에 명시된 위법 계약 해지권, 판매제한명령권, 손해배상입증책임 전환, 징벌적 과징금 및 과태료 부과 등의 조항들은 금융회사가 판매원칙을 준수하는 강력한 동기를 부여할 것이다. 특히, 불완전판매 등에 대한 증명책임을 사업자인 금융상품 판매업자 등에게 전환한 ‘증명책임의 전환’은 금융소비자 분쟁의 주요 내용이 대부분 증명에 관한 것이기에 금융소비자보호의 실효성을 높이는데 중요한 의미를 갖는다.

전반적인 법안의 주요내용을 신규사업자 신설, 금융상품 유형 및 판매업자 재분류, 영업행위 준수사항 마련, 금융 분쟁제도 개선, 금융소비자 정책 위원회 및 금융교육협의회 설치, 손해배상 책임 확대, 대출성 상품 계약철회권 및 위법계약해지권 도입, 과징금제도 도입 등으로 분류하여 살펴보았다.

<표7> 금융소비자보호법의 주요 내용

구분	법률안 주요내용
금융상품 자문업 신설	<p>현행 대출모집인 제도는 개별 금융관련 법에는 근거가 없기 때문에 모범규준으로만 운영되고 있다. 따라서 대출모집인을 금융상품 판매업으로 등록할 수 있도록 대출모집인의 위법행위에 대출모집을 위탁한 회사에 대해 배상책임 부여하도록 하는 근거를 마련하였다. 또한 금융상품자문업자를 신설하여 금융소비자의 자산 운용에 대한 신뢰성을 높이고, 내실있는 종합 자문서비스를 제공받을 수 있게 하였다(제2조).</p>

구분	법률안 주요내용
금융상품 유형 및 판매업자 재분류	<p>금융상품의 고유기능에 따라 ‘예금성, 대출성, 투자성, 보장성 상품’ 으로 재분류하고, 금융상품을 취급하는 회사와 상품의 판매채널을 통칭하여 ‘금융상품판매업자 등’ 으로 지칭하였다. 그리고 이를 ‘금융상품 직접판매업자, 금융상품 판매대리·중개업자 및 금융상품자문업자’ 로 구분하여 동일 금융상품에 대해 동일 규제를 적용하도록 하였다(제3조~제4조)</p>
영업행위 준수사항 마련	<p>금융상품 유형별로 영업행위 준수사항을 마련하고, 상품별로 필수적인 설명의무를 명시하였다. 예를 들면 투자성 상품의 투자 위험 및 수수료, 보장성 상품의 경우 위험보장 범위, 예금성 상품의 경우 이자율 및 중도해지수수료, 대출성 상품의 금리변동 및 중도상환수수료 부과 등에 대한 설명의무이다. 또한 부당권유행위 금지, 불공정 영업행위 금지, 금융상품등에 관한 광고 관련 준수사항, 계약서류 제공의무, 금융상품판매업자 등의 업종별 영업행위 준수사항을 마련하였다(제17조~제28조).</p>
금융소비자 정책 수립 및 금융교육	<p>금융위원회는 금융소비자의 권익보호와 금융상품판매업 등의 건전한 시장 질서를 구축하기 위하여 금융소비자 정책을 수립해야 한다. 소비자의 금융이해력 향상시키기 위해 금융교육 예산에 대한 지원근거를 마련하고, 금융위원회 내에 금융교육과 관련한 정책을 심의·의결하는 ‘금융교육협의회’ 를 설치하도록 규정하였다(제29조~제31조).</p>

구분	법률안 주요내용
금융분쟁 조정제도 개선	<p>금융분쟁조정제도는 현재 ‘금융위원회의 설치 등에 관한 법률’에 규정되어 있는데 이를 금융소비자보호법으로 이관하여 규정하였다. 그리고 금융소비자와 금융회사 간 소송이 발생할 경우, 법원의 결정으로 소송을 중지할 수 있도록 하였다. 현행 제도는 분쟁조정 과정 중에도 어느 한쪽이 소를 제기하면 절차가 중지되기 때문에 금융회사가 소송 결과가 불리하다고 판단할 경우 소송 제기를 통해 분쟁조정제도를 중지시킬 수 있다는 한계가 있다. 그리고 소액분쟁사건(2천만원 이내)에 대해서는 특례를 마련하여 이에 해당하는 경우 분쟁조정절차가 완료되기 전까지는 금융회사가 소송을 제기할 수 없도록 규정하였다.(제33조~제43조).</p>
손해배상책임 확대	<p>금융상품판매업자들이 고의나 과실로 금융소비자에게 손해를 발생시킨 경우에는 그 손해를 배상할 책임이 있다. 그리고 고의나 과실에 대한 주요한 입증 책임에 대해 금융상품판매업자들이 부담하게 하였다. 또한 금융상품직접판매업자의 손해배상책임 부분을 확대하여 업무를 위탁한 판매대리·중개업자가 금융소비자에게 어떤 손해를 발생시킨 경우에 금융상품 직접판매업자가 배상책임을 부담하도록 하였다. 이로 인해 판매대리·중개업자의 위법행위로 인해 발생한 금융소비자의 손해에 대해서는 상대적으로 배상능력이 충분한 금융회사에게도 배상에 대한 책임을 부여하여 금융소비자 보호를 강화하였다(제44조~45조).</p>

구분	법률안 주요내용
청약의 철회 및 위법계약해지 권도입	금융상품판매업자등과 대통령령이 정하는 투자성 상품, 보장성 상품, 대출성 상품 및 금융상품자문에 관한 계약의 청약을 한 일반금융소비자는 각각 법률에 정해진 기간 내에 서면 등의 방법으로 계약 철회를 할 수 있도록 하였다. 그리고 위법한 금융상품 계약에 대해서는 5년 이내에 서면 등으로 해당 계약을 해지할 수 있도록 하여 금융소비자의 계약 유지 선택권을 부여하였다.(제46조~제47조).
감독 및 처분 (과징금제도 도입)	금융상품판매업자 등이 영업행위 준수사항 위반, 설명의무 위반, 부당 권유 등의 위법행위를 한 경우에는 위반행위로 인한 수입의 50/100을 곱한 금액의 범위 내에서 과징금을 부과할 수 있게 규정하였다.(제62조~69조).

* 출처: 금융위원회(2020) 금융소비자 보호에 관한 법률안

2) 금융소비자보호법의 문제점

2020년 3월 제정된 ‘금융소비자보호에 관한 법률’은 금융소비자보호를 위한 숙원사업이었다. 그러나 그동안 제기되어왔던 문제점들을 완전하게 보완하지는 못한 한계점을 가지고 있다. 금융소비자보호법의 몇 가지 문제점에 대해 논의해보도록 하겠다.

(1) 금융회사의 설명의무와 관련한 문제점

금융소비자보호법에서는 설명의무를 일반 금융소비자가 설명을 요청하는 경우나 금융상품판매업자등이 일반소비자에게 계약체결을 권유(자문 포함)하는 경우로 제한해서 설명의무를 규정하고 있다. 그러나 이러한 부분은 몇

가지 한계점을 보인다.

첫째, 현재의 설명의무는 그 적용범위가 매우 제한적이라 확대하여 적용해야 그 실효성이 증가한다. 현실적으로 금융소비자는 금융회사에게 직접 설명의무를 요청하기 어렵다. 정보에 대해 구체적으로 요청하기 위해서는 금융상품에 대한 이해도가 높아야 하기 때문이다. 따라서 금융회사가 구매권유를 하는 경우에만 설명의무가 부과되고, 소비자가 요청하는 경우는 거의 발생하지 않는 것이다. 이러한 이유로 정보와 이해력이 낮은 소비자를 위해 설명의무는 구매권유가 없는 금융상품 거래에서도 존재하는 것이 바람직하고, 법의 실효성을 높일 수 있는 것으로 판단된다(박진근, 2016).

둘째, 설명의무는 구매단계에서 가장 중요하지만 유지단계에서도 반드시 필요하다. 금융회사가 상품판매 후 소비자에게 추가적인 정보제공을 소홀히 할 수 있기 때문이다. 제대로 된 사후관리에 대한 책임을 다하도록 하기 위해서는 유지단계의 정보제공이 중요하다. 예를 들면 소비자에게 금융회사가 가입 후에도 시장상황에 따라 수익과 위험이 변경되는 사항에 대한 설명의무가 필요하다.

셋째, 금융환경 변화에 따라 비대면 거래에 대한 구체적인 설명의무가 필요하다. 최근 핀테크의 발달로 온라인 전문은행뿐만 아니라 전 금융권에서 비대면 거래가 폭발적으로 증가하고 있다. 법에서는 설명의무를 확인받는 수단으로 서명, 녹취, 기명날인, 그밖에 대통령령으로 정하는 방법으로 규정하고 있다. 그러나 이러한 방식은 대면 거래를 모델로 한 규정이기 때문에 이에 대한 개선이 시급하다. 비대면 거래에서 설명의무는 금융회사가 설명해야 할 사항들이 단순히 소비자에게 고지하고 이를 확인하는 절차를 갖게 된다. 온라인상에서 ‘확인’ 버튼을 클릭하는 것만으로는 충분한 내용들이 설명되지 않는다. 때문에 중요내용에 대해서는 소비자가 이를 제대로 인지하였는지 확인하는 절차상의 보완이 필요하다. 비대면 금융거래는 일단

‘확인’ 버튼을 누르는 순간 전적으로 소비자의 책임이라고만 규정할 여지가 있다. 따라서 금융회사의 설명의무가 제대로 이루어지도록 개선이 필요하다.

(2) 손해배상책임과 관련한 문제점

금융소비자보호 기본법에는 손해배상책임과 관련해 모호한 규정으로 인한 금융회사의 책임 회피 수단의 우려가 있었다. 이번에 제정된 금융소비자보호법 44조에서는 ‘금융상품판매업자 등이 제19조(설명 의무)를 위반하여 금융소비자에게 손해를 발생시킨 경우에는 그 손해를 배상할 책임을 진다. 다만, 그 금융상품 판매업자 등이 고의나 과실이 자신에게 없음을 입증한 경우에는 그러하지 아니하다’고 명시하고 있다. 모호한 부분은 다소 명확해졌지만 금융소비자의 피해를 근본적으로 차단하기에는 한계가 있어 보인다. 금융회사는 설명의무를 준수하면서도 금융소비자에게 피해를 발생시킬 수 있기 때문이다. 복잡한 금융상품을 이해하지 못하는 경우에는 금융회사의 안내에 따라 쉽게 설명 확인서에 서명을 하기 때문이다. 금융회사는 이를 고의 또는 과실 없음을 증명해주는 근거로 활용한다. 때문에 보다 근본적으로 위험상품에 대한 판매금지 가이드라인 마련을 검토해 볼 필요가 있다.

(3) 분쟁조정제도의 문제점

분쟁조정 기구로는 금융감독원 내에 설치된 ‘금융분쟁조정위원회’가 그 역할을 수행한다. 그러나 금융분쟁조정기구의 독립성에 대한 문제가 지속적으로 제기되고 있다. 금융감독원은 금융회사를 관리하고 감독하는 역할을 주 업무로 수행하고 있는데 금융회사의 건전성 감독정책과 금융소비자보호정책간에 충돌이 생기면 이때 소비자 보호에는 소극적이고 보수적으로 대응할 수 밖에 없을 것이다(이재성, 2006). 조정안을 제시하는 분쟁조정위원회

는 금융감독원의 어떠한 영향력을 받을 수 있다는 합리적 의심이 가능하기 때문에 공정성과 독립성을 보장받을 수 없는 상황인 것이다. 금융분쟁조정 제도는 객관적이고 중립적인 제3자의 조정이 필요한 제도이기 때문에 분쟁 제도의 신뢰성을 확보하기 위해서는 조정위원회의 독립성이 매우 중요하다.

둘째, 분쟁조정을 위한 전문성 확보가 필요하다. 금융거래가 복잡해지면서 분쟁조정을 전문성에 대한 요구가 커지고 있다. 그러나 금융감독원은 금융 소비자보호에 대한 부분 보다는 금융회사의 건전성 감독을 우선하는 경향이 있다. 금융소비자보호 관련 직무 역시 2~3년을 주기로 보직이 변경되고 있어 금융소비자보호에 대한 역량을 축적한 전문가를 육성하기 어려운 시스템이다.

셋째, 금융감독원의 감독대상에 해당하지 않는 기관은 분쟁조정 대상이 아니기 때문에 금융거래에서 발생한 분쟁에 대해 공백이 발생한다. 금융감독원의 감독대상이 아닌 새마을금고, 대부업자, 우체국 금융 등은 동 법의 적용대상이 아니기 때문에 금융소비자는 금융감독원에 분쟁 신청을 할 수 없고, 민간형 분쟁조정 기구인 ‘대부업분쟁조정위원회’와 ‘우체국보험분쟁조정위원회’를 통해 분쟁을 해결해야 한다. 그러나 이러한 위원회는 소비자의 인지도가 낮고, 금융상품을 판매한 회사에 대한 영향력도 크지 않다. 대부업의 경우 분쟁이 많이 발생하고 있다. 그리고 우체국 보험의 경우에는 금융소비자 입장에서는 일반적인 금융상품이다. 때문에 금융소비자보호법을 통한 분쟁조정 대상이 아니라는 것은 법체계에 대한 신뢰를 훼손한다.

Ⅳ. 금융소비자보호 강화방안

1. 금융환경 변화와 제도의 개선

1) 비대면 채널의 확대와 인구고령화

(1) 비대면 채널 확대

금융상품 불완전판매의 대부분이 과도한 판매비용, 판매직원의 설명의무 미이행 등에서 발생하여 판매채널을 다양화 하여야 한다는 주장(신보성 외, 2015)도 일부 있으나, 이러한 주장이 정당화 되려면 판매채널의 설립과 운영, 감독 등에 대한 강화 규제가 선행되어야 할 것이다. 인터넷 전문은행의 등장과 핀테크의 확대로 비대면 채널을 통한 금융상품 가입이 증가하고 있다. 금융소비자들은 비대면 금융거래의 위험에 그대로 노출되고 있는 것이 현실이다. 이에 따른 대책으로 금융소비자보호 방안을 제시해보도록 하겠다.

첫째, 금융소비자에게 생소한 인터넷 전문은행에 대한 건전성 감독을 보다 강화해야 한다. 케이뱅크는 국내 최초 인터넷 전문은행이다. 편리한 온라인 계좌계설, 높은 예금금리, 신속한 대출 실행, 24시간 상담 등 소비자 편의를 제공하며 핀테크 확산의 중심적인 역할을 하고 있다. 그러나 케이뱅크를 통한 대포통장 개설 등 부정적인 상황에 대한 대책이 요구되고 있다. 신속한 계좌 개설을 악용한 각종 금융피해사례가 접수되고 있기 때문이다. 오프라인 은행 창구에서는 입출금계좌 개설 시 금융거래 목적확인과 증빙서류가 필요하다. 그러나 케이뱅크의 경우 기존 금융계좌 인증과 간단한 서류제출만으로 통장 개설이 가능하다. 때문에 다양한 통장개설에 대한 안정성 확보의 장치가 부족하다는 비판을 받고 있다. 은행의 업력이 짧고, 데이터베이스가 축적되지 않아 사고발생 계좌번호를 검색해도 피해사례를 체크할 수

없어 사전에 모니터링하지 못한다는 문제점도 제기되고 있다. 이런 문제점을 해결할 수 있는 보완장치들을 마련해 나갈 필요가 있다. 그리고 비대면 금융거래로 인한 소비자 피해가 확산되지 적극적으로 리스크관리 방안을 마련해 나갈 필요가 있다.

인터넷 전문은행의 경우 비대면 거래의 편리성을 확보하는 대신 일반 은행과 다른 고유 리스크를 가지고 있다. 따라서 건전성 감독에 대한 구체적이고 명확한 가이드라인이 필요하다. 인터넷 전문은행에 대한 건전성 감독을 일반 은행과 동일한 수준으로 감독할 경우 인터넷 전문은행이 가진 고유 리스크를 감안하지 못한다는 문제가 있고, 비대면 측면성을 고려하여 일반 은행과 달리 맞춤형 감독을 할 경우에는 특혜 시비가 있을 수 있다(서병호 2015). 인터넷 전문은행에 대한 건전성 감독은 초기에 고유리스크를 중심으로 감독수준을 집중 강화할 필요가 있다. 일정 기간 동안 보안성이 검증되고, 금융소비자 보호를 위한 제도가 정착되면 감독수준을 완화하는 방향으로 검토되어야 할 것이다.

둘째, 비대면 채널을 통한 금융거래는 소비자 중심으로 프로세스를 개선해야 한다. 예를 들면 금융회사의 ‘설명 의무’를 강화하는 등의 조치가 필요하다. 비대면 채널을 통한 금융상품 가입은 상품가입 단계에 금융회사의 설명의무에 대한 부분을 금융소비자가 확인하는 프로세스를 구축한다. 때문에 설명의무에 포함되는 내용을 ‘확인’하는 순간 금융소비자의 자발적인 행위로 규정되어진다. 결국, 금융소비자가 금융이해력이 낮아 정보제공이나 설명을 제대로 이해하지 못했더라도 구제받기가 어려울 수 있다. 이는 쌍방향 커뮤니케이션이 이루어지지 않는 비대면 거래의 한계라고 할 수 있다. 예를 들어 은행 창구에서 고위험의 펀드상품을 가입하는 경우는 은행직원에게 추가로 여러 가지 정보를 확인해볼 수 있다. 그러나 인터넷 बैं킹을 통해 가입하는 경우에는 추가정보 확인이 어렵고, ‘확인’에 동의하지 않으면

상품가입이 더 이상 진행되지 않기 때문에 차별화 된 사전 규제가 필요하다. 즉, 금융기관의 창구 등 오프라인 채널에서 가입하는 경우 금융회사에게는 설명의무, 적정성 원칙, 적합성 원칙 등이 쌍방향 커뮤니케이션을 통해 안내된다. 그리고 금융회사 직원들의 직업윤리가 작동할 여지가 확보된다. 그러나 온라인 거래에서는 설명의무 내용에 대한 ‘확인’에 동의할 경우 금융소비자의 책임만이 존재하게 된다. 형식적으로 동의를 한다거나 착오로 원하지 않은 고위험의 상품을 선택해서 금융피해가 발생해도 금융회사의 법적 책임에 면제부를 부여한다. 단지 금융소비자에게만 책임이 전가되는 것이다.

최근 코로나19 팬데믹(pandemic)¹³⁾으로 인해 비대면 거래가 급격하게 증가하고 있다. 일반 온라인 결제의 비중은 물론 금융거래도 비대면 거래가 일반화되고 있는 추세이다. 비대면 금융상품 거래의 급격한 확대에 대응하기 위해서는 비대면 채널에서의 금융상품 판매 프로세스를 보다 체계적으로 관리할 필요가 있다. 더욱이 상품약관과 투자설명서를 제시했다는 것만으로 설명의무를 이행했다고 인정하는 지금의 프로세스는 개선이 필요하다.

먼저 설명내용을 보다 명확하게 하고, 이해하기 쉽게 구성할 필요가 있다. 반드시 소비자가 알아야할 핵심안내 사항에 대한 지속적인 관리가 필요하다. 필수 설명내용을 규정하여 이를 금융소비자가 쉽게 이해하고, 확인할 수 있도록 해야 한다. 예를 들어 수수료, 중도해지 시 불이익 여부, 원금보장 여부, 수익률, 리스크, 투자등급 등의 핵심 정보를 정확하게 제공해야 한다. 그러기 위해서는 고위험 투자상품에 적합하지 않다고 판단되는 소비자에게는 일정수준의 온라인 투자교육을 수료한 경우에만 투자를 가능하게 하는 등의 제도적 장치가 필요하다. 현재는 본인의 의사만 있으면 고위험 상품에

13) 팬데믹(pandemic)은 세계보건기구(WHO)가 선포하는 감염병 최고 경고 등급으로, 세계적으로 감염병이 대유행하는 상태를 일컫는다. WHO가 1948년 설립된 이래 지금까지 팬데믹을 선언한 경우는 1968년 홍콩독감과 2009년 신종플루, 2020년 코로나19 등 세 차례뿐이다.

투자를 가능하게 하였는데 투자자격에 대한 기준을 명확히 구분하고, 보다 적극적으로 금융소비자보호를 제도화 하는 것이 필요하다. 비대면 채널에서는 대면 채널보다 금융소비자 개개인을 파악할 수 있는 정보가 없기 때문에 보다 상세한 정보와 자격요건이 필요하다. 본인의 성향 대비 위험도가 높은 투자 상품을 가입하는 소비자나 고령층 소비자에 대해서는 가입절차를 까다롭게 만들 필요가 있다. 온라인으로 투자 상품을 가입 시에는 상담직원을 통한 충분한 상담은 기본이고, 자격취득 등의 금융역량의 조적을 충족한 경우에만 상품가입이 가능하도록 제도적인 장치가 마련되어야 한다.

금융상품 가입에 대한 규제가 비대면 채널이 느슨하다는 점을 악용하는 경우도 발생하고 있다. 금융기관 직원이 투자상품 판매 과정에서 의도적으로 비대면 채널로 가입을 유도하는 경우가 발생하고 있다. 고위험 상품 판매 시 프로세스 준수에 대한 근거를 확보하여 책임을 회피하기 위한 목적이다. 이는 비대면 채널에 대한 소비자보호 체계가 대면채널보다 미흡하다는 것을 보여주는 단적인 예다. 그리고 제도적 보완과 더불어 금융회사 직원들에 대한 금융소비자보호교육과 윤리교육이 필요한 이유를 보여준다.

(2) 고령화와 금융의 역할 증대

전 세계적으로 저출산과 인구 고령화는 사회문제로 대두되고 있다. 특히, 여러 가지 경제적인 문제를 발생시키는 주요 원인으로 분석되고 있다. 고령층은 노동력이 감소하기 때문에 경제적 빈곤이 현실화 된다. 우리나라의 인구 고령화는 금융시장을 구성하는 고령층 금융소비자의 비중을 확대시켰다. 그리고 노후 대비를 위한 연금상품에 대한 수요를 크게 증가시키고 있다. 이와 같이 고령화 사회로의 진입과 더불어 금융환경이 급속하게 변화하는 상황에서 금융소비자를 보호하기 위한 구체적인 방법에 대해 논의해보고자 한다.

첫째, ‘고령자 금융거래 안내지침’을 마련해서 고령층 금융소비자의 금융착취가 발생하지 않도록 금융회사에게 가이드라인을 제공할 필요가 있다. 금융착취(Financial exploitation)는 대부분 일반 소비자보다 고령층 소비자에게 발생하고 있다. 고령층은 일반적으로 직원에 대한 의존도가 높고, 거래 금융기관에 대한 충성도가 높다. 또한 객관적인 사실을 근거로 판단하기 보다는 직원의 추천에 근거하여 믿고 상품을 선택하는 경향이 크다. 결과적으로 본인에게 적합하지 않은 투자 상품을 가입하는 경우가 많아도 이를 인지조차 못하는 경우가 많다. 자신의 투자성향이나 상황(투자금액, 투자기간 등)을 고려하지 않기 때문이다.

금융회사는 직원들에게 고령층에게 적합한 금융상품의 판매가 진행되도록 ‘고령자 금융거래 안내지침’을 제공하고, 지속적인 교육과 모니터링을 강화해야 한다. 한편 고령 소비자가 금융상품에 대해 쉽게 인지할 수 있는 ‘고령자 금융거래 안내지침’에 대한 제도 보완이 필요하다. 고령층 소비자에게 판매하는 모든 금융상품에 대해 통장 앞면에 ‘원금보장여부’를 의무적으로 명시하도록 해야 한다. 그리고 원금이 보장되지 않는 투자성 상품에 투자위험등급 표시를 기본으로 할 필요가 있다. 투자위험등급 1~6단계인 ‘매우높은위험, 높은위험, 다소높은위험, 보통위험, 낮은위험, 매우낮은위험’을 반드시 표기하도록 한다.

한 단계 더 나아가 고령층 금융소비자의 경우 ‘투자자격요건’을 구체적으로 제한하여 고위험 상품 가입을 위해서는 일정수준의 교육을 이수해야 하는 사전교육제도가 필요하다. 이는 금융회사 직원들을 전적으로 신뢰하는 고령층 금융소비자들을 위한 안전장치라고 할 수 있다. 금융회사 직원의 불건전 영업행위를 근본적으로 차단하고, 고령층 소비자보호를 강화하기 위한 제안이다. 이와 함께 고령층 금융소비자의 특성을 충분히 고려한 제도를 마련하고, 고령층 소비자의 금융피해 사례에 대한 빅데이터 관리를 통해 피해

가 자주 발생하는 금융상품 특성을 포함하는 상품거래를 제한하는 조치도 필요하다. 기존의 금융피해 사례 공유를 통한 사후적 재발 방지 및 지도보다 한층 강화된 사전적인 차단을 위한 제도들을 도입할 필요가 있다.

둘째, 연금상품에 대한 금융회사의 사후 관리를 의무화하는 제도적 장치 마련이 필요하다. 그리고 연금상품 운영정보에 대한 설명의무를 강화해야 한다. 개인연금상품의 경우 중도해지 시 세제문제, 수수료, 수익률, 운용자산 선택 등 상품구성 내용이 복잡하다. 그리고 장기상품의 특성상 판매 이후에도 지속적인 사후관리가 반드시 필요하다. 현재 퇴직하여 개인용 IRP계좌로 퇴직금을 수령하는 경우, 연금 수령 대비 일시금 수령 규모가 크다. 물론 일시금 수령을 선호하는 부분도 있겠으나 연금수령 시 제공되는 퇴직소득세 감면 등의 세제 혜택이 고령층 소비자에게 충분히 안내되지 않는다고 볼 수도 있다. 감독당국은 각 금융사의 상품내용에 대한 모니터링을 강화해야 한다. 약관에 대해 자세히 살펴 수익률과 수수료 측면에서 불이익이 없도록 하고, 상품심의 단계에서의 약관심사 외에도 주기적으로 금융소비자들의 불만내용들을 수집하여 수시로 점검할 필요가 있다. 특히 연금 상품은 운용 상품이나 상품 포트폴리오에 대한 정보를 투명하게 제공할 수 있도록 감독해야 한다.

고령층 소비자에게 연금상품 판매 시 세제혜택에 대한 부분을 과장하거나 모호하게 설명해서 판매하는 불공정행위 가 발생하는 경우가 많다. 때문에 세제혜택에 대한 정확한 설명을 의무화하기 위한 제도적 장치들이 보완되어야 한다. 예를 들어 대면소비자의 제품 판매 과정을 영상이나 녹취로 기록하는 방법도 고려해볼 수 있을 것이다.

연금상품의 경우 금융소비자의 입장에서는 금융회사의 지속적인 사후관리가 필요한 상품이다. 그러나 금융회사의 입장에서는 연금상품을 판매한 후에 상담이나 서비스를 적극적으로 제공할 필요성을 느끼지 못한다. 때문에

이에 대한 유인책을 제도적으로 보완해 나가야 할 것이다. 사후관리 점검이나 평가제도 등을 도입해서 사후관리에 더 집중하는 금융회사에게 혜택을 주는 방법 등을 고려해볼만 하다. 이를 위해 연금제도가 잘 정착된 미국이나 호주 등 선진국들의 사례를 검토해서 도입하는 노력이 필요하다. 성공사례를 분석하여 벤치마킹하고, 체계적인 제도 개선을 통해 고령화 사회에 급격하게 증가하는 연금상품에 대한 금융소비자보호를 강화해야 할 것이다.

2) 불완전 판매 및 불법금융의 증가

(1) 불완전판매에 대한 금융소비자 보호 강화

은행에서 가장 문제가 되는 불공정 영업행위는 대출거래 시 상품가입을 권유하거나 강요하는 구속성 계약이다. 증권회사에서 빈번하게 발생하는 불완전 판매 행위는 설명의무 위반과 부당권유행위이다. 불완전 판매의 대부분은 투자성 상품과 관련된 것이며, 원금손실 위험에 대해 충분히 설명을 받지 못했거나 원금이 보장되는 상품이라고 소개 받았거나 단정적으로 원금손실이 거의 없다고 상품을 소개한 사례들이다(안수현, 2015). 불완전 판매들이 다양한 형태로 계속되는 이유에 대해 금융회사 측면에서 분석해보고, 이에 대한 그 해결방향에 대해 논의하고자 한다.

첫째, 금융기관의 성과관리 체계에 대한 모니터링을 강화하고 금융기관 내부 성과평가에 대한 통제장치를 마련해야 한다. 경기침체로 인한 저금리 추세가 지속되면서 금융기관의 이자수익이 급격하게 감소하고 있다. 따라서 금융기관들은 이자수익 이외의 수익 창출 기반을 마련해야만 하는 전략적 선택이 필요해졌다. 그리고 비이자 수익이 차지하는 비중은 점점 증가추세에 있다. 때문에 금융기관 직원들은 실적을 쌓아 성과를 내기 위해 불완전 판매를 용인할 수밖에 없는 입장에 처해졌다. 이러한 상황에서 수익이 감소

하고 있는 은행을 중심으로 성과 연봉제 도입을 추진하고 있는 것이 현실이다. 신뢰가 중심이 되어야하는 금융기관에서 성과위주의 경영은 단기간에 수익을 창출할 수는 있으나 금융소비자를 불완전 판매의 대상으로 만들어 금융기관의 신뢰를 무너뜨릴 위험이 크다. 불완전판매를 사전에 차단하기 위해서는 금융기관의 성과보상체계가 실적과 과도하게 연동되지 않도록 관리해야 하고, 불완전판매가 확인될 경우에는 성과에 패널티를 부과하는 제도적 장치가 마련되어야 한다. 그리고 직원들을 관리하는 경영진 평가에 직원들의 불완전판매에 대한 패널티가 실적으로 인한 성과 보상보다 크도록 설계되어야 한다. 이러한 금융기관의 금융소비자보호 정책은 대표이사의 역할이 지배적이다. 따라서 대표이사가 성과위주의 경영정책으로 불완전 판매 등의 소비자피해가 발생할 경우 내부적으로 이를 견제할 장치가 필요하다. 금융감독원은 준법감시인, 금융회사의 사회이사, 각종 이사회에 적극적인 관리감독이 이루어지도록 제도적인 장치를 지속적으로 보완해 나가야 할 것이다.

둘째, 불완전판매 등의 불법 금융행위가 발생할 경우에 징계를 강화하고, 예외를 제한할 필요가 있다. 금융기관의 직원이 불완전판매나 부당권유 행위가 적발될 경우에 징계수준은 경고의 수준이다. 큰 피해를 발생시켜도 업계에서 퇴출되는 경우는 거의 없다. 따라서 위법직원은 지점을 이동하거나 경우에 따라서는 이직도 가능하다. 그러나 이것보다 더 큰 문제는 징계에 대한 경각심이 매우 낮다는 것이다. 따라서 금융회사 직원의 위법행위에 대한 징계를 강화할 필요가 있다. 금융실명법 위반의 경우 징계수위가 행위자, 감독자, 보조자별로 벌금과 징계 수위가 구체적이고, 명확하게 규정되어 있다. 특히 최근에는 금융위원회가 행위자에게 벌금을 직접 부과하면서 금융기관 직원들의 경각심이 높아지고 있다.

<표8> 금융실명법 위반에 따른 과태료 부과기준

위반행위	근거법조문	과태료
가. 금융회사 등의 임원 또는 직원이 법 제3조 제1항을 위반한 경우	법 제 7조 제1항	500만원
나. 금융회사 등의 임원 또는 직원이 법 제3조 제4항을 위반한 경우	법 제 7조 제1항	3000만원
다. 금융회사 등의 임원 또는 직원이 법 제3조 제6항을 위반한 경우	법 제 7조 제1항	50만원
라. 금융회사 등의 임원 또는 직원이 법 제4조의 2 제1항 및 제5항(법 제 4조의 2 제1항을 적용하는 경우로 한정한다)을 위반한 경우	법 제 7조 제1항	300만원
마. 금융회사 등의 임원 또는 직원이 법 제4조의 3을 위반한 경우	법 제 7조 제1항	500만원
바. 금융회사 등의 임원 또는 직원이 위의 가~마 항목의 위반행위를 한 경우 그 금융회사 등	법 제8조	1000만원

* 자료: 국가법령정보센터(2020) 금융실명법 시행령 홈페이지(www.law.go.kr)

금융실명법 위반에 따른 징계와는 달리 직원의 부당행위 또는 불완전판매에 대해서는 징계에 대해 관대한 경우가 많다. 회사의 성과와 직결되는 영업력 위축 등의 우려 때문이다. 그러나 이것은 금융감독원을 중심으로 금융기관 전체의 의식제고가 필요한 사항이다. 실제로 영업 일선에서는 다른 회사도 다 불법영업을 하고 있는데 우리만 안하는 것은 손해라는 인식이 팽배하다. 그리고 회사의 영업조직도 공식적으로는 불법영업에 대해 주의를 주지만 실제로는 불법영업을 하지 않아 상대적으로 실적이 떨어지는 직원들을 질책하는 경우가 많이 있다. 영업직원들은 영업에 대한 압박과 이러한 이중속박 메시지를 견디지 못해 정신적인 고통을 호소하는 경우가 발생한다.

향후, 금융회사 직원의 위법행위에 대해서는 ‘금융업무 금지제도’¹⁴⁾를

14) 금융업무 금지제도는 금융회사 직원이 금융투자상품 판매 등의 영업행위를 함에 있어 고의 또는 위법으로 금융소비자에게 손실을 입힌 경우, 해당 업무에 대해 업무수행을 금지시키는 것을 말한다.

도입하는 것을 검토할 필요가 있다. 그리고 내부에서 이중속박 메시지를 통해 불법영업을 강요하지 못하게 하는 내부고발제도를 활성화할 필요가 있다. 결국, 금융업권이 전체적으로 불법영업을 하지 않으면 되는 부분을 용인하는데서 금융소비자의 피해뿐만 아니라 금융회사 직원들의 고충도 커지고 있는 것이다. 금융감독원은 징계수위를 보다 강화하고, 이를 예외 없이 적용해야 할 것이다. 예를 들어 금융회사 직원의 위법행위로 규제를 받은 경우에 금융 기관은 물론이고 행위자 개인의 신상을 공개할 필요가 있다. 또한 구체적인 업무금지 내용을 공개하는 등의 강력한 제재의 사례를 만들어 경각심을 높여야 할 것이다. 그래야 장기적으로 금융회사의 신뢰를 높이고, 단기적인 성과를 위한 금융기관의 조직적인 불완전판매부터 소비자를 보호할 수 있기 때문이다.

(2) 불법금융 및 금융범죄의 적극적인 대응

불법금융과 금융범죄로 인한 금융소비자 피해가 지속적으로 증가하고 있다. 저금리 추세로 인해 금융소비자들이 고수익 상품에 대한 관심이 높아지는 가운데 원금보장에 대한 설명을 명확하게 이행하지 않는 불완전판매 피해가 늘어나고 있다. 그리고 비대면 거래가 급증하면서 디지털 금융거래에 대한 금융범죄가 확산되고 있다. 디지털 금융소비자들이 보이스피싱, 파밍, 해킹 같은 금융범죄에 노출되고 있으나 적절한 안전장치의 마련이 부족하다. 변화하는 금융환경으로부터 금융소비자를 보호할 수 있는 방법에 대해 논의해보도록 하겠다.

첫째, 유사수신행위 규제를 위한 제도를 보완하고, 처벌수위를 강화할 필요가 있다. 예를 들어 제도권 금융회사에 ‘인증 로고’를 부여하는 등의 제도가 필요하다. 그리고 제도권 금융회사를 이용하지 않을 경우에 발생할 수 있는 피해사례에 대한 홍보가 필요하다. 김선동의원 외 12인은 2016년

12월 ‘유사수신행위의 규제에 관한 법률 일부개정 법률안’을 발의하여 점점 더 지능화 되고 있는 유사수신행위에 대해 신고가 있을 경우, 금융감독원의 조사권을 법률로써 부여하고 이를 회피한 경우 과태료를 부과하는 등 처벌 근거를 마련하는 법안을 제안하였다(김선동 외, 2016).

유사투자자문업에 대한 관리감독 강화도 필요하다. 주식투자에 대한 정보를 제공하는 사업모델을 가지고 있는 유사투자자문업자는 현재 금융소비자들과 많은 분쟁을 발생시키고 있다. 최초 수익을 약속하고 투자자문 계약을 하지만 실제로 수익과 연결되는 경우가 적고, 제대로 된 투자자문 서비스가 이루어지지 않기 때문이다. 금융당국은 최초 가입에 대한 투자자문 수수료의 상한선을 정하고, 투자자문수수료를 수익률과 연계시키는 방안 등을 검토해 볼 필요가 있다. 또한 유사투자자문업자는 정기적으로 감독원의 조사를 의무적으로 받도록 법률화해야 한다. 그리고 일정비율의 분쟁이 접수되는 사업자에 대해서는 감독당국 직권으로 사업행위를 정지할 수 있도록 규정하여야 한다. 유사투자자문업자의 허위광고를 엄격하게 규제하고, 신문이나 TV 등 신뢰성이 높은 매체를 활용해 광고하는 것을 제한해야 할 것이다. 제도권 금융회사에게 별도의 ‘인증로고’를 부여하는 방안 등이 제안되고 있으나 사실 이것만으로는 부족하다. 금융취약계층은 이러한 인증로고에 대한 이해도가 낮기 때문이다. 금융소비자가 제도권 금융회사를 쉽게 구분할 수 있도록 하는 것도 중요하나 근본적으로 유사투자자문업의 불법금융을 차단하는 제도적 장치가 마련되어야 할 것이다.

둘째, 디지털 금융소비자를 보호하기 위해서는 ‘금융범죄 관련 사이트’ 관리를 전문적으로 담당하는 정부 부처의 개편을 고려할 필요가 있다. 디지털 금융범죄 차단을 위해서는 관련기관들의 협력체제가 구축되어야 한다. 디지털 금융은 금융소비자에게 많은 편리성을 제공하지만 이에 대한 반대급부로 디지털 금융범죄인 신종 금융사기사건의 발생이 급증하고 있다. 전자

금융사고와 관련된 기관을 살펴보면 정부기관으로는 금융위원회, 과학기술 정보통신부, 경찰청 사이버안전국 등이 있다. 그리고 공공기관으로는 한국소비자원, 금융보안원, 금융감독원, 한국은행, 한국인터넷 진흥원 등이 있다.

최근에는 금융범죄가 정보기술과 금융서비스가 결합한 디지털금융의 형태로 빈번하게 발생하고 있다. 때문에 디지털 금융환경의 변화 등을 감안하여 각 기관들 간의 유기적인 협력 체계를 신속하게 구축하여야 할 것이다. 또한 신종 금융범죄에 대해서는 발생 즉시 내용을 각 관련 기관 및 금융회사에 공유하여 범죄의 확산을 차단해야 할 것이다. 그리고 최대한 신속하게 금융소비자에게 해당 피해사태에 대한 정보들이 전달될 수 있도록 시스템을 구축해야 할 것이다. 현재 금융감독원이 운영하고 있는 ‘보이스피싱 지킴이’ 사이트를 확대하여 관련 기관들이 공동 참여할 수 있는 ‘금융범죄 관련 사이트’로 개편할 필요가 있다. 그리고 각 금융회사의 인터넷 또는 모바일 banking 화면에 의무적으로 연동하여 금융소비자들이 해당 내용들을 쉽게 확인할 수 있도록 조치할 필요가 있다. 그리고 범죄의 수단이 되는 대포통장 개설자 및 양도자에게는 처벌 수위를 한층 강화하는 법안이 마련되어야 한다. 형사처벌, 과태료 부과, 금융거래 제재 등이 강력하게 적용되어야 할 것이다.

3) 금융규제 제도 개선

(1) 금융소비자 보호 모범기준의 개선

금융위원회와 금융감독원은 금융환경 변화를 반영할 수 있도록 ‘금융소비자 보호 모범기준’을 지속적으로 개정하며 금융회사가 소비자 보호에 적극적으로 대처할 수 있도록 해야 한다. 2019년 4월 금융당국은 금융소비자 보호 종합방안을 발표하면서 금융회사 내 소비자 보호체계를 구축하고 기능

을 강화할 계획을 발표하고, 모범기준 개정을 추진하였다. 그리고 2020년 1월부터 개정된 금융소비자 보호 모범기준이 적용되고 있다. 금융위원회는 금융회사가 금융소비자 보호에 충실하도록 다음과 같은 기본방향을 제시하였다.

첫째, 최고경영자(CEO)가 주도하는 전사적 차원의 소비자 보호를 강화하였다. 기존의 금융소비자 모범 기준은 최고경영자(CEO)의 역할을 구체적으로 제시하지 못하였다. 따라서 금융소비자보호를 위한 최고경영자의 역할이 명확해지도록 하였다. 최고경영자(CEO)의 금융소비자보호 협의회 운영을 통해 금융회사의 소비자 보호 기구 위상이 강화되었다. 원칙적으로 금융소비자보호협의회의 의장은 최고경영자(CEO)가 맡는다. 예외적으로 소비자 보호에 대한 실태평가 결과가 양호한 회사는 소비자보호총괄책임자(CCO) 주관으로 금융소비자보호협의회를 운영할 수 있다. 소비자보호 실태에 대한 평가의 종합등급이 '양호' 이상, '금융소비자중심 경영인증'을 획득한 경우, 임원급 전담 소비자보호총괄책임자(CCO)를 선임하고 있는 경우가 이에 해당된다. 금융소비자보호 협의회의 기능도 강화되었다. 금융소비자 분쟁발생 사례에 대한 정보 교류 수준에 머무르고 있는 협의회의 업무와 기능을 구체적으로 개선하였다. 협의회의 업무에 금융소비자 보호 실태에 대한 자체점검, 영업을 위한 광고 심의결과에 대한 검토, 신상품 출시에 따른 소비자 영향분석 등 구체적인 기능이 명시 되었다. 전사적인 금융소비자 관련 이슈를 효과적으로 관리할 수 있도록 금융소비자보호 협의회의 기능을 확대하고 금융소비자보호 협의회의 결과는 이사회에 보고하도록 하여 책임을 강화하였다. 결과적으로 금융회사 내 모든 부서들이 금융소비자보호에 적극 참여해야 하는 것이다. 그리고 소비자보호를 위한 적정인력 확보를 유도하도록 개선하였다. 감독기관은 소비자보호 총괄부서의 실무인력을 충분히 확보하도록 금융회사를 지도하는 내용이 포함되었다.

둘째, 소비자 피해예방을 위한 소비자보호총괄책임자(CCO)의 독립성과 권한을 강화하고, 금융피해 예방을 위한 사전점검 기능을 보완하였다. 금융회사 중에 자산규모가 일정 수준 이상이거나, 민원 발생건수가 높은 금융회사는 임원급으로 독립적인 소비자보호총괄책임자(CCO)를 선임해야 한다. 자산규모가 10조원 이상인 은행, 증권, 보험, 카드사와 자산규모가 5조원 이상인 저축은행 중에 과거 3년 평균 민원건수 비중이 해당 업종의 4% 이상인 경우가 대상이 된다. 소비자보호총괄책임자(CCO)는 금융소비자 피해가 발생할 수 있는 부분에 대한 사전 점검, 영업마케팅을 위한 광고내용에 대한 사전 심의에 대한 역할이 부여되고 책임이 강화되었다. 그리고 소비자총괄부서의 사전협의를 확대되었다. 소비자 피해 예방을 위해 영업부서와 소비자보호 총괄부서 간 충분한 사전협의를 이루어지도록 하였다. 소비자보호와 관련성이 높은 프로모션, 영업점 성과평가 기준, 이벤트 등에 대해서는 사전 협의 대상으로 규정하였다. 필요에 의해 소비자보호총괄부서가 정하는 사항에 대해 사전협의 권한을 부여하여 소비자 관점에서 보다 유연한 사전협의 제도를 보장하였다.

셋째, 소비자에게 유용한 정보제공 및 권익보호를 강화하였다. 소비자 정보제공을 확대, 상품판매 후 소비자 권익보호 강화, 휴먼·장기미청구 금융재산 관리 강화 등을 개선하였다. 금융소비자의 권익을 확대하기 위해 정보제공이 강화됨에 따라 금융회사는 금리인하 요구권 등 거래조건 변경, 금융상품 만기 전·후 안내, 보험의 보장범위 등의 정보를 정기적으로 금융소비자에게 알려야 한다. 보험 실효, 계좌 거래 중지, 지점 폐쇄 등 금융소비자에게 부담을 주는 정보도 고지의무의 대상이다. 고지방법 및 고지대상 정보의 범위 등은 ‘금융소비자보호협의회’에서 결정한다. 금융회사는 금융소비자가 제기한 민원의 처리 결과를 통지하는 동시에 분쟁조정제도 이용방법과 절차를 안내해야 한다. 금융회사가 휴면예금과 장기미청구 금융재산이 발생

하지 않도록 예방하고, 감축을 위한 프로세스와 기준을 마련해야 한다는 조항도 금융소비자보호 모범기준에 담겼다.

넷째, 소비자보호 업무에 대한 감독 인프라가 강화되었다. 금융회사가 금융소비자보호를 강화하도록 인센티브를 제공하고, 금융소비자보호 실태에 대한 평가의 실효성을 제고하였다. 금융당국은 금융소비자 보호 실태에 대한 평가를 통합한 '금융소비자 중심 경영인증' 제도를 도입하기로 하였다. 금융회사가 평가를 이중으로 받게 되는 부담을 제거하고, 평가 대상 금융회사를 확대하였다. 2020년 실시되는 금융감독원의 금융소비자 보호 실태에 대한 평가에서 5단계 등급제를 도입하기로 했다. 금융회사는 평가 결과에 따라 '우수 경영'에 대한 인증을 받을 수 있도록 하였다. 민원건수와 소비자 수 등의 영업 규모가 해당 업종 1% 이상(금융투자업계, 저축은행은 2% 이상)인 금융회사가 평가 대상이다. 금융소비자가 직접 금융회사의 소비자 보호실태에 대해 평가하는 '금융소비자 만족도 평가' 제도가 도입된다. 이를 통해 금융회사는 금융소비자의 입장에서 금융소비자 보호에 대한 관련 제도를 살펴보고 개선할 부분을 찾을 수 있다.

(2) 금융그룹의 감독에 관한 모범기준 개정

금융그룹 감독제도는 대기업이나 금융그룹이 은행을 소유하지 않고 증권사나 보험사 등의 금융기업을 운영하는 구조에 대한 통합감독제도이다. 이를 통해 한 금융계열사의 부실이 그룹 전체로 확장되어 부실해지는 리스크를 관리할 수 있다.

금융그룹감독제도는 국제적 감독규범 체계로서 정부에서 2018년부터 국정과제로 추진해오고 있다. 때문에 국정과제의 하나로 추진되고 있는 금융그룹 통합감독시스템 도입을 위한 금융그룹통합감독법의 제정여부를 눈여겨봐야 할 필요가 있다. 금융위원회는 '금융그룹 감독'에 대한 국제규범의 국

내도입과 기업집단 소속 금융그룹의 동반부실위험을 관리 감독해야 한다는 입장이다. 금융그룹 감독제도는 금융 계열사가 2개 이상인 동시에 합산 기준 자산 5조원 이상인 금융그룹을 감독하는 제도이다. 금융계열사의 동반부실은 금융회사뿐만 아니라 금융소비자들에게 대규모 피해를 발생시킨 사례가 있기 때문에 재발방지를 위해 국정과제 중 하나로 추진되고 있다.

금융위원회는 2020년 4월 정례회의를 통해 ‘금융그룹 감독에 관한 모범규준’에 대한 개정안을 의결하여 금융그룹의 감독에 관한 모범규준을 1년간 연장 시행하였다. 또한 모범규준을 통한 제도 시범운영기간 부분을 감안하여 삼성, 현대차, 한화, 미래에셋, 교보, DB 등 6곳을 감독대상으로 지정하였다. 금융그룹 통합감독제도의 핵심은 비(非)은행 금융그룹에 일정 수준의 자본적정성을 충족하도록 요구하는 것이다. 정상시의 적격자본이 위기발생 시 요구되는 필요자본의 수준보다 높아야 한다는 것이 금융당국이 설정해 놓은 건전성의 기준이다. 개정된 모범규준은 지난 2년간의 시범운영과 금융전문가 세미나 등을 통해 제기된 제도개선 과제들과 최고경영자간담회를 통한 금융그룹의 건의사항들을 적극 반영하였다. 우선 금융그룹 자본적정성 평가는 집중위험과 및 전이위험을 포함한 복합적인 그룹위험 요소를 단일화해 평가하는 방식으로 개선했다. 금융그룹의 내부통제에 대한 수준을 향상시키기 위해 대표회사를 중심의 금융그룹 내부통제체계에 대한 규율을 도입했다. 대표회사란 금융회사의 출자관계, 자산 및 자본총액, 소유 및 지배구조 등을 고려하여 금융그룹에 실질적으로 가장 큰 영향력을 행사하는 금융회사이다. 내부통제는 자체적으로 제정하여 이사회 및 임원진 등 모든 구성원들이 이행하여야 하는 절차로서 위험평가체계, 내부감사 등 전반적인 조직통제를 포괄하는 개념이다. 모범규준 개정으로 2020년 9월부터 금융그룹 차원의 주요위험 공시가 시행된다. 금융위원회는 2020년 4월 국제통화기금(IMF)이 공개한 우리나라 금융부문 평가 프로그램(FSAP) 권고에 따라

금융그룹감독제도의 법제화를 추진 중에 있다. 그리고 '금융그룹의 감독에 관한 모범규준'이 법안에 반영될 수 있도록 추진해 계획이다(금융위원회, 2020).

2. 금융소비자보호법의 개선방안

2020년 3월 금융소비자보호법이 제정되었다. 금융소비자보호법이 금융소비자보호 강화를 위한 여러 제도적 장치를 보완한 것은 바람직하나 금융소비자와의 분쟁 가능성은 그만큼 커졌기 때문에 이에 대처할 제도적 방안을 마련할 필요가 있어 보인다. 금융소비자보호법의 문제점과 준비 중인 시행령을 통해 실효성을 높일 수 있는 주요 방안에 대해 요약하면 다음과 같다.

첫째, 금융소비자보호법 적용기관의 확대가 필요하다. 새마을금고, 우체국, 신용협동조합, 지역 농업협동조합, 지역 수산업협동조합, 산림조합, 대부업법 등의 등록 및 금융이용자 보호에 관한 법률상의 대부업자, 온라인투자연계 금융업 및 이용자 보호에 관한 법률상의 온라인투자연계금융업자(P2P 대출 중개업자) 등은 법의 적용을 받지 않고 있는데 이들을 포함하여 금융판매업자 등의 범위를 확대할 필요가 있다. 금융상품을 판매하는 사업자임이 분명하고, 금융소비자의 입장에서는 이들을 법에서 제외할 이유가 없다. 특히, 이들 금융기관을 이용하는 소비자가 대부분 금융 취약계층이라는 점에서 금융소비자보호법 적용 대상 금융기관에 포함할 필요가 있어 보인다.

둘째, 위법계약해지권의 도입에 따른 '위법계약 해지권 도입과 관련한 신중한 접근이 필요해 보인다. 위법계약의 해지권을 행사할 수 있는 기간을 장기간으로 할 경우에 계약의 안정성을 해칠 수 있기 때문이다. 금융소비자보호법 제 47조에는 금융상품판매업자 등이 적합성원칙이나 설명의무 위반

등으로 금융상품을 판매한 경우 5년 이내에 금융소비자가 계약해지를 요구할 수 있음을 규정하고 있다. 이는 금융소비자보호법이 특별히 부여한 '법정해지권'이라고 할 수 있다. 해지권이므로 해제권과 달리 소급효과가 없어 원상회복의 의무는 없다. 그러나 금융소비자는 손해를 입은 경우 손해배상을 청구할 수 있고, 위법계약의 해지 사유여부에 대한 분쟁이 발생할 가능성이 커졌다. 예를 들어 소비자의 경제적 상황이 변하여 보험상품 등을 중도 해약할 경우 납입한 보험료 전체를 받기 위해 계약해지권을 남용할 수 있다. 설명의무의 고의·과실에 대한 입증이 어렵고, 설계사를 통한 모집채널에서는 회사의 과실이 없어도 설명의무 위반에 대한 입증이 쉽지 않기 때문이다. 따라서 각 금융기관이나 금융업협회에 외부전문가로 구성된 독립적인 위법계약해지심의위원회를 설치하여 운영하는 것을 시행령에 반영하는 것을 고려해 볼 필요가 있다.

셋째, 금융분쟁조정기구의 공정성 및 전문성 확보를 위한 독립적 기구 설립이 필요하다. 금융소비자보호법 시행을 계기로 금융 분쟁이 증가할 가능성이 높아졌다. 금융분쟁은 다수의 피해자가 및 소액 사건으로 발생하기 때문에 법원에 의한 소송방법은 기회비용이 크다. 때문에 금융분쟁조정제도의 효율성을 높일 필요가 있으며 기본적으로 금융분쟁조정기구의 공정성 및 전문성을 확보할 필요가 있다. 그러나 현재의 금융분쟁조정 업무는 감독기관인 금융감독원이 수행하고 있기에 공정성, 독립성, 전문성에 대한 비판이 목소리가 있다. 따라서 독립된 금융분쟁조정기구를 금융감독기관 산하에 설립하여 독립성과 전문성을 확보할 필요가 있다. 그리고 금융분쟁조정기구에 강제관할권과 편면적구속력을 부여하여 권한을 강화해야 할 것이다. 이는 금융기관과 금융소비자가 받아들일 수 있는 분쟁조정안을 제공하기 위한 필요조건이라 할 수 있겠다. 영국이나 호주 등 외국의 경우에도 금융감독기관 산하에 독립적인 금융분쟁조정기구(Financial Ombusman Service Limited,

FOSL)를 두어 운영한 결과 긍정적인 평가를 받고 있다.

넷째, 독립성과 전문성을 갖춘 금융감독기관의 출범이 필요하다. 금융소비자보호법의 제정으로 금융감독기관의 역할이 더욱 중요해졌다. 금융상품판매제한명령권 행사 여부에 대한 결정 등 금융감독기관이 판단해야할 사항이 대폭 증가하였다. 때문에 금융감독기관의 독립성과 전문성 확보가 매우 중요해졌다. 현재는 금융감독기관이 금융위원회와 금융감독원으로 이원화되어 효율적인 금융감독업무를 수행하는데 한계가 있어 보인다. 특히 금융위원회는 금융정책 기능과 함께 금융감독 기능까지 수행하고 있고, 금융감독원은 금융감독 집행 업무를 수행하고 있기 때문에 두 감독기관 사이에 상호충돌 등 문제점이 발생하는 비효율적인 체제로 운영되고 있다. 금융소비자보호법 시행을 계기로 금융감독기구 체제의 문제점을 적극적으로 검토하여 보다 효율적인 금융감독기구 체제를 구축할 필요가 있다. 금융위원회의 금융감독 기능을 분리하고, 금융감독원의 금융감독 집행 기능을 강화하는 방향을 제안해 본다.

다섯째, 금융교육의 내실화 제고를 위한 ‘금융교육원’ 설립 방안을 검토해볼 필요가 있다. 금융소비자보호법은 금융교육 프로그램 개발, 금융역량조사, 금융교육협의회 설치 등의 근거를 마련하였다(제 30조, 제 31조). 금융교육을 통한 소비자의 금융역량 제고는 판매자의 의도적인 불완전판매에 대한 여지를 축소시킬 수 있다. 또한 디지털 금융환경의 변화에 따라 고령소비자의 금융거래 위축, 디지털 금융소외가 문제를 해결하는 가장 근본적인 수단이 된다. 따라서 보다 체계적인 금융교육을 위한 전문금융교육기관이 필요하다. 금융감독원과 금융공공기관에서 수행하고 있는 금융교육 기능을 분리 통합하여 금융위원회 산하의 ‘금융교육원’ 설립하는 방안을 고려해볼 필요가 있다.

금융환경의 다양한 변화 속에서 금융소비자보호가 기본이 되기 위해서는

무엇보다 금융소비자보호법이 현장에 체계적으로 적용될 수 있는 가이드라인 제시가 필요하다. 대규모 금융피해사례 발생 등의 영향으로 금융소비자보호법이 제정되었지만 앞으로도 금융 주체들 간의 충분한 소통이 필요하다. 예를 들어 호주의 ‘머레이위원회’는 정부가 금융정책을 수립하는 과정에서 이해관계자간에 소통의 역할을 수행하며 협의를 이끌어 냈다. 이것은 금융 선진국의 좋은 성공사례라고 볼 수 있다. 우리나라의 경우에도 소비자 보호와 관련된 법을 제정하거나 제도를 마련할 때 이런 성공사례들을 적극 참고할 필요가 있다. 앞에서 제기한 금융소비자보호법의 문제점을 중심으로 개선방안 및 실효성 증대방안을 모색해보도록 하겠다.

1) 법률안에서의 금융소비자에 대한 보호

글로벌 금융위기를 통해 전 세계적으로 금융소비자보호에 대한 관심은 높아졌다. 우리나라도 DLF(파생결합펀드)와 라임펀드 등 대규모 금융피해가 발생하자 금융소비자보호를 보다 체계적으로 지원하기 위한 법제도적인 장치 마련에 대한 사회적 요구가 매우 커졌다. 이러한 이유로 인해 최근 ‘금융소비자보호법’이 제정된 것에 대해서는 긍정적인 사회적 공감대가 형성되어 있다. 금융소비자보호법을 구체적으로 살펴보도록 하겠다. 제1조에는 이 법안의 목적에 대하여 ‘이 법은 금융소비자의 권익 증진과 금융상품판매업 및 금융상품자문업자의 건전한 시장질서 구축을 위하여 금융상품판매업자 및 금융상품자문업자의 영업에 관한 준수사항과 금융소비자 권익 보호를 위한 금융소비자정책 및 금융분쟁조정절차 등에 관한 사항을 규정함으로써 금융소비자보호의 실효성을 높이고 국민경제 발전에 이바지함을 목적으로 한다.’고 밝히고 있다(이재성, 2016).

또한 금융소비자의 개념을 법적으로 정의하고 있는데, 금융소비자란 ‘금융상품에 관한 계약의 체결 또는 계약 체결의 권유를 하거나 청약을 받은

것(이하 '금융상품계약체결등' 이라 한다)에 관한 금융상품판매업자의 거래상대방 또는 금융상품자문업자의 자문업무의 상대방인 전문금융소비자 또는 일반금융소비자' 라고 규정하고 있다(이재성, 2016). 이는 개별적인 금융업권의 법률에서 통용되는 예금자, 투자자, 금융이용자, 보험계약자, 대출자 등의 용어를 포괄 정의하여 금융소비자의 보호범위를 확대하였다. 또한 자본시장법에서 '일반투자자'와 '전문투자자'를 구분하는 것과 같이 금융소비자를 '일반금융소비자'와 '전문금융소비자'로 구분하였다. 금융소비자보호에서 전문금융소비자란 '금융상품에 관한 전문성 또는 소유자산규모 등에 비추어 금융상품 계약에 따른 위험감수능력이 있는 금융소비자로서 국가, 한국은행, 금융회사, 주권상장법인 등에 해당하는 자' 이고, 일반금융소비자는 전문금융소비자가 아닌 금융소비자를 말한다(이재성, 2016).

금융서비스 컨버전스 추세에 따라 다양하고 복잡한 금융상품이 등장하고 있다. 그러나 규제를 적용하기 애매한 복합금융상품이 출시되고 있으며 이는 금융상품 판매와 관련한 법적 규제가 금융업별로 다르기 때문에 발생하는 문제이다. 금융소비자보호법에는 이러한 부분에 대한 금융소비자보호의 필요성을 규정하고 있다. 또한 보호방법으로 금융상품에 대한 판매행위에 대하여 금융상품의 유형을 기능에 따라 재분류하고 체계화하여 동일상품에 대해서는 동일한 규제를 받도록 개선하였다. 그리고 금융상품 판매업자등의 불완전판매행위나 위법행위로 인한 금융소비자의 피해발생에 대해서도 구제 절차를 마련하였다. 금융소비자가 실효성 있게 피해구제를 받을 수 있도록 분쟁조정 절차에 관한 부분을 합리적으로 개선하여 금융소비자의 사후구제를 강화하고 있다. 금융관련 분쟁이 생기면 '소송중지제도'¹⁵⁾와 '조정이탈금지제도'¹⁶⁾ 등을 도입하여 분쟁조정제도의 실효성을 제고하였다.

15) 금융회사와 금융소비자간에 금융분쟁이 발생하여 금융분쟁조정절차와 소송이 경합하는 경우에 법원의 결정에 따라 소송을 중지할 수 있는 제도이다(이재성, 2016).

16) 2천만원 이하 소액사건에 대해 분쟁조정 절차가 개시되면, 분쟁조정절차가 완료되기 전까지 금융회사의 소송 제기를 금지하는 제도이다(이재성, 2016).

금융소비자보호법은 금융소비자보호에 반드시 필요하다고 제기된 제도를 법에 규정하여 건전한 금융상품판매업의 시장 질서를 확립하고, 금융소비자의 권익을 한 단계 향상시킬 수 있는 법률적 기반을 마련했다는 측면에서 긍정적인 평가를 받는다. 최근 IT기술의 발달로 디지털금융의 환경변화와 함께 인터넷 등으로 급속하게 확대되는 전자거래에 있어서도 다양한 법률이 제정되었다. 1999년 제정된 전자거래기본법(현행 전자문서 및 전자거래 기본법), 2002년 제정된 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률, 2007년 제정된 전자금융거래법 등이 시행되고 있다. 하지만 이러한 법률들은 금융소비자보호에 대한 구체적인 규정이 미비한 실정이다. 이와 같은 법률을 살펴보면 금융소비자보호에 대한 법률체계를 고려하지 못한 것으로 판단된다. 때문에 금융소비자보호법은 이러한 개별금융업권법에 근거한 부수적인 사항으로 규율되어 있는 소비자보호에 관한 법률을 포괄하여 최초의 단일법으로 제정한 것에 큰 의미가 있다. 금융소비자보호법의 실효성을 높이기 위해서는 보다 완성도 높은 법안이 되도록 지속적인 논의와 입법 활동이 이루어져야 할 것이다.

금융소비자보호법은 소비자기본법에서 정의하고 있는 ‘소비자’와의 구별을 확실히 하기 위해 금융상품계약에 있어 금융상품 판매업자 및 금융상품 자문업자의 거래상대방을 ‘금융소비자’로 정의하고 있다. 금융소비자보호법이 제정된 이유를 살펴보면 기존의 소비자기본법에서의 ‘소비자’의 의미는 금융업권별 관련 금융소비자와 성격이 다르기 때문에 적용의 한계성이 있기 때문이다. 또한 전문적으로 보호하여야 할 필요가 있기에 금융소비자에 대한 구별을 명확히 하여 정의하여 각 금융업권별로 산재해 있는 금융소비자를 보호하고자 하는 것이다.

2) 법률안의 적용 확대 및 설명의무 강화

금융소비자보호법은 소비자 입장에서 동일기능 동일규제 체계를 도입하였다. 이를 통해 규제차익 문제를 해결하고, 규제공백을 최소화 하고자 하였다. 그러나 우체국금융, 새마을 금고, 신용사업부문 제외한 수협, 대부업자 등은 금융감독원의 감독 대상이 아니다. 결과적으로 금융소비자보호법에 적용을 받지 못하기 때문에 이는 시급히 개선해야 할 것으로 보인다. 현재 우체국의 경우 과학기술정보통신부, 수협의 경우 해양수산부, 새마을 금고의 경우 행정자치부에서 각각 금융거래에 대한 감독권을 행사하고 있다. 대부업자의 경우는 대부잔액 50억 이상 되는 규모의 대부업자의 경우 금융감독원으로 감독권이 이관되었다. 그러나 50억 이하 대부업자의 감독권은 지방자치단체장이 갖고 있다. 문제는 지방자치단체의 감독기준이 각각 다르고, 전문성도 부족하다는 이유로 감독권한을 일원화해야 한다는 의견이 제기되고 있다는 점이다. 이러한 유사금융업들의 감독권한을 당장 일원화하기는 현실적으로 쉽지 않다. 때문에 금융소비자보호법의 지속적인 개정을 통해 보완해 나갈 필요가 있다. 현재의 영업행위 규제 권한은 유지하면서 개별법령을 적용받도록 해야 한다. 다만, 개별법령에 명확한 규정을 두어 금융소비자보호 기본법의 상위법으로서 우선 적용받게 해야 할 것이다. 그래야 동일기능에 대한 규제 차익이 발생하지 않고, 금융소비자의 권익을 보호할 수 있기 때문이다.

금융회사의 설명의무는 구조적으로 금융소비자가 금융회사의 설명의무 위반을 인지하고, 이를 입증하는 것은 쉽지 않다. 따라서 금융소비자가 이러한 부분에서 불이익을 받지 않는 방향으로 제정되는 것이 바람직하다. 법안에서 설명의무를 금융소비자가 요청하거나 금융회사가 구매를 권유하는 경우에만 제공하는 것으로 제한해서는 안된다. 모든 금융상품을 판매할 경우에 설명의무를 필수적으로 이행하도록 해야 한다. 그리고 구매단계, 유지단계,

사후관리 단계 등 모든 프로세스에서 설명의무를 이행하도록 명시해야 한다. 금융환경 변화에 따라 반드시 고려되어야 할 것은 특히 비대면 거래에서 투자상품, 대출, 보험상품 가입을 할 경우 설명의무에 대한 부분이다. 비대면 거래에서는 소비자가 반드시 인지하여야 할 핵심내용을 구체적으로 정해야 한다. 그리고 소비자에게 불이익으로 제공될 수 있는 사항들을 지속적으로 모니터링 해야 한다. 이를 금융소비자가 알기 쉽게 제공하도록 하는 제도적인 장치가 필요하다.

3) 금융분쟁조정 및 손실보상제도의 개선방안

금융거래에서의 발생하는 분쟁은 원칙적으로 소송을 통해 이루어져야 한다. 그러나 금융기관은 금융소비자에 비해 우월한 지위에 있다. 조직적으로 대응하는 금융기관에 비해 소송비용, 소송시간, 소송과정 등은 금융소비자에게 큰 부담으로 작용한다. 때문에 대체적 분쟁해결(ADR) 등의 제도적 장치가 필요하며 이를 통해 조정, 중재, 화해의 절차가 실효성 있게 진행되어야 한다. 금융소비자에게 불리하게 적용되는 분쟁조정제도의 문제점을 살펴보고, 금융소비자를 위한 손실보상제도의 개선점에 대해 논의해보도록 하겠다.

첫째, 금융분쟁조정기구가 통합적 기능을 수행할 필요가 있다. 우리나라는 민간형 분쟁조정기구와 행정형 분쟁조정기구가 각기 다른 분쟁절차를 갖고 있다. 조정심의회기간, 수락기간, 재조정기간들이 각자 상이하다. 조정효과 또한 재판상 화해, 민법상 화해계약 등으로 상이하다. 집중적으로 비판을 받고 있는 부분은 우체국 금융과 대부업 등은 금융감독원의 감독대상이 아니고, 소비자보호 기본법 상 설치된 ‘소비자분쟁조정위원회’의 조정 대상이 아니라는 점이다. 금융소비자의 혼란을 막기 위해서는 분리되어 있는 분쟁조정절차를 통합하여 행정형 금융분쟁조정기구가 통합적 기능을 수행할 필요가 있다. 금융분쟁제도가 가장 활발하게 운용되고 있는 영국의 경우 기존의

여러 가지 대체적 분쟁해결(ADR)기구를 통합 설치하여 FOS(금융옴부즈만 서비스)를 통해 신속하고 실효성 있게 금융분쟁을 해결하고 있다(이재성, 2016). 영국의 금융회사들은 금융옴부즈만 서비스(FOS)에 참여하는 것이 의무로 되어 있다. 그리고 금융옴부즈만 서비스(FOS)는 강제권이 부여되어 있어 조정결과에 대해서 금융회사가 거부할 수 없다. 금융분쟁조정은 금융소비자가 사후적으로 피해구제를 받을 수 있는 가장 현실적인 구제기능이다. 그리고 사후적인 피해구제가 확실하게 보장된다면 금융소비자가 피해를 보는 다양한 사례들을 사전적으로 예방하는 효과를 가져 올 수 있다. 금융소비자에 대한 구제기능의 실효성을 제고하기 위해서는 금융소비자보호법을 통해 ‘금융분쟁조정기구’의 역할을 확대하고, 보다 강화해 나갈 필요가 있다. 가장 좋은 방법은 현재 산재되어 있는 대체적 분쟁해결(ADR) 기구들을 통합하여 운영하는 것이다. 그러나 현실적으로 모든 채널을 통합하여 운영하는 것이 어렵다면 금융소비자의 선택권을 넓게 보장해 줄 필요가 있다. 현재 운영되고 있는 민간형 분쟁 조정기구를 행정형 통합기구인 ‘금융분쟁조정위원회’ 산하에 배치하도록 규정화하는 것이 하나의 방법이 될 수 있다. 제도적으로 ‘금융분쟁조정위원회’가 소비자 분쟁과 관련된 통합적인 행정기능을 수행하게 되면 다양한 민간형 분쟁 조정기구들에게 조정권한을 부여할 수 있기 때문에 금융소비자들의 분쟁조정에 대한 실효성이 크게 향상될 것이다.

둘째, 금융소비자의 피해에 대해서는 손해를 폭넓게 보상해야 한다. 다만, 도덕적 해이가 발생하지 않도록 주의할 필요가 있다. 금융소비자보호법 제 44조는 손해배상책임과 관련하여 금융상품 판매업자 등이 고의 및 과실 없음을 입증한 경우에는 배상에 대한 책임이 없다고 규정하고 있다. 이러한 부분은 금융이해력이 낮은 금융소비자에게 불리하게 적용되거나 불완전판매를 한 금융회사가 소비자분쟁에 이를 악용할 수도 있다. 예를 들어 금융회

사가 금융상품 판매과정에서 금융소비자에게 설명의무를 위반하며 불건전 영업행위를 한 경우에도 금융회사가 서류상에 필요한 자필서명을 완벽하게 받은 경우에는 피해구제를 받기 어렵다. 금융회사는 서류를 근거로 자신에게 과실이 없다고 주장하기 때문이다. 현실적으로는 금융이해력이 낮은 소비자가 금융회사에 대한 신뢰를 바탕으로 판매자를 무조건 믿고 서명하는 경우가 발생한다. 이러한 경우에도 설명내용을 인지하고 서명하였다고 인정되기 때문에 금융회사가 손해배상 책임을 회피할 근거를 제공해 준다. 따라서 동 규정은 금융상품 판매과정에서 발생하는 현실적인 상황을 고려하지 못하기 때문에 금융회사가 책임을 입증하도록 하기 위한 방법에 대한 구체적인 세부 규정이 필요하다. 또한 손해배상액 추정에 대한 규정도 개선이 필요하다. 금융소비자의 분쟁이 지속적으로 발생하는 대출성 상품이나 보장성 상품에 대해서는 분쟁조정 결과를 분석하여 손해배상액에 대한 구체적인 가이드라인을 제공할 필요가 있다. 손해배상액 추정방법과 범위를 정확하게 제시하여야 할 것이며, 적합성 원칙과 적정성 원칙에 따라서 손해배상액에 대한 기준을 세우고, 이를 적용하기 위한 방법을 검토할 필요가 있다.

금융소비자가 금융거래에서 부당하게 손해를 입는 경우 그에 대한 보상을 요구하는 것은 당연하다. 그러나 이것이 합리적인 수준의 요구가 아닌 지나친 수준일 경우에는 분쟁조정과정에서 많은 갈등을 유발하게 된다. 이러한 문제행동소비자는 자신의 손해를 확대 해석하고, 과도한 정신적 손해배상을 요구한다. 이러한 도덕적 해이는 다수의 선량한 소비자들이 손해배상을 받는 절차를 까다롭게 만드는데 기여한다. 따라서 금융소비자보호에서 손해배상은 금융소비자의 자기책임이 선행되어야 하며, 금융회사는 금융소비자에 대해 편견 없이 접근하여 손해배상을 진행해야 한다. 손해배상에 대한 다양한 사례를 구조화하여 상호 신뢰를 확보할 수 있는 손해배상 시스템을 구축해나가는 노력이 필요하다.

금융회사의 손해배상 책임이 명백한 경우에도 금융회사가 파산한 경우에는 보상을 받기 어려운 것이 현실이다. 때문에 감독기관은 금융소비자보호기금 등을 마련하여 금융소비자의 보상재원을 마련할 필요가 있다. 예금자보호제도는 금융기관 파산 시 예금, 보험금 등에 대한 보상을 진행하고 있을 뿐, 금융투자상품의 피해보상에 관한 보상은 해당되지 않지 않는다. 저금리 상태가 지속됨에 따라 금융투자상품에 대한 수요는 지속적으로 증가할 것으로 예상된다. 따라서 금융투자상품에 대한 손해배상이 제도적으로 가능할 수 있도록 소비자보호를 강화할 필요가 있다. 현실적으로 가능한 방법은 금융투자회사들이 수익의 일정부분을 기부해 금융소비자보호기금의 재원을 마련하는 것이다. 금융투자의 위험으로 금융피해가 발생하는 상황에서 이에 대한 보상의 범위를 확대하는 것은 금융소비자보호의 측면에서 바람직하다. 그러나 금융소비자의 도덕적 해이 문제를 예방하기 위해서는 금융기관이 파산한 경우에 한해서 명확한 보상 기준에 따라 보상해야 할 것이다. 금융회사가 파산한 경우에 한해서는 불완전 판매와 같은 불건전한 영업행위에 대한 최소한의 부분을 금융소비자가 입증하도록 규정하여 도덕적 해이를 방지할 필요가 있다.

4) 공적 서비스 자문의 확대

금융소비자보호 기본법과 정부의 투자자문업 활성화 방안은 사적 자문서비스의 활성화 방안이라고 할 수 있는데, 자문업의 진입장벽을 대폭 완화하여 시행함으로써 소규모 회사들이 자문업에 참여할 수 있도록 제도화하였다(구정환 외, 2017). 자문업 활성화 방안은 기본적으로 금융이해력이 낮은 금융소비자의 합리적 투자 선택을 돕기 위함이다. 복잡하고 다양한 금융상품들 속에서 금융소비자는 자문서비스의 도움을 받아 금융회사의 불완전판매에 대응할 수 있다. 그러나 비용이 발생하는 유료 서비스이기 때문에 서비

스를 이용하는 소비자는 제한된다는 한계가 있다. 금융 선진국들은 공적 금융자문서비스 활성화를 통해 이러한 한계를 극복하고 있다. 우리나라도 공적 금융자문서비스를 확대하여 금융 취약계층에 대한 금융자문을 보다 적극적으로 지원할 필요가 있다. 영국의 공적 금융자문서비스를 살펴보면 금융감독청으로부터 독립적으로 구성된 조직인 MAS(Money Advice Service)가 역할을 수행하고 있다. MAS(Money Advice Service)는 대소비자채널인 전화나 온라인으로 무료 금융상담서비스를 제공하기 때문에 금융취약계층이 부담 없이 금융자문서비스를 받을 수 있다. 호주는 지역단체나 정부기관이 무료로 제공하는 금융카운슬링을 활용할 수 있도록 ‘Money Smart’라는 사이트를 통해 금융소비자와 금융카운슬러를 연결해 주고 있다(이재성, 2016). 우리나라는 금융감독원에서 운영하고 있는 금융소비자보호 포털사이트인 ‘파인(Fine)’을 통해서 금융소비자에게 필요한 ‘금융자문서비스’를 제공하고 있다. 그러나 금융자문에 대한 상담직원의 전문성확보가 어렵고, 상담인원도 불충분하다. 그리고 이러한 자문서비스가 있다는 사실이 금융소비자들에게 알려져 있지 않기 때문에 상담서비스가 형식적인 운영에 그치고 있다. 금융감독원은 금융피해를 사전적으로 예방할 수 있는 공적 자문서비스의 확대를 금융소비자보호의 중요한 한 요소로 인식해야 할 것이다. 가능하면 금융소비자기본법에 공적 자문서비스에 대한 부분을 명시하고, 이를 적극적으로 확대할 필요가 있다.

3. 금융기관의 금융소비자보호 개선

1) 금융회사의 소비자보호 인식 제고

금융소비자보호는 금융회사, 금융소비자, 금융당국 간 이해관계를 조정하는 소통을 통해 각자의 역할을 충실하게 수행하는 것이 기본이 된다. 금융

당국은 감독기능이 잘 작동하도록 금융시장의 건전성을 체계적으로 감독하고, 금융거래에서 발생한 금융소비자의 피해에 대해서는 합리적으로 구제할 수 있는 시스템을 정착시켜야 한다. 금융소비자는 금융역량을 제고하여 금융거래에서 자신의 상황에 적합한 선택을 하고, 자기책임의 의무를 다하려는 노력이 필요하다. 금융회사는 금융소비자보호 중심의 경영을 기본으로 하여 직원들에 대한 소비자보호 인식을 제고할 필요가 있다. 금융소비자보호는 단기적인 측면에서 금융회사에 비용으로 인식될 수 있다. 그러나 장기적인 측면에서는 금융회사가 수익을 창출하는 생존의 기반이 된다. 때문에 안전한 금융상품을 공급하고, 영업윤리를 준수하는 등의 금융소비자보호는 금융산업의 발전에 기여한다. 정부차원에서 금융소비자자를 보호하기 위해 규제나 제도를 통해 금융회사를 감독하는 것은 적지 않은 사회적 비용을 발생시킨다. 따라서 금융회사가 금융소비자보호에 자발적으로 참여할 수 있는 동기가 시스템적으로 작동하는 것은 사회적 비용을 절감시켜 금융시장을 지속적으로 발전시키는 동력이 된다. 때문에 금융회사의 최고경영자는 장기적인 관점에서 이 부분에 대한 가치를 인정하고, 소비자중심 경영에 대한 교육을 통해 임직원들의 의식을 지속적으로 개선할 필요가 있다.

2) 금융소비자보호 직무교육 강화

금융소비자보호 직무교육에 대한 금융회사의 필수교육 도입이 필요하다. 금융소비자보호 직무교육은 금융소비자보호를 위한 다양한 내용을 변화하는 금융환경을 고려하여 구성되어야 한다. 기본적으로 소비자접점에서 근무하는 금융기관 직원들의 윤리의식과 금융거래 계약에 대한 역할과 책임이 가장 중요하다. 그럼에도 불구하고 금융기관의 직원들이 소비자에게 재산상의 피해를 입히거나 소비자의 예금이나 투자금을 횡령하는 등의 소비자 피해 사례가 지속적으로 발생하고 있다. 따라서 금융소비자보호를 위해서 금융회

사 직원들에게 가장 필요한 항목은 금융인으로서 기본이 되는 윤리의식이라고 할 수 있다.

금융기관은 직원들에게 금융소비자보호 전반에 대한 직무교육을 의무적으로 실시하고, 이를 지속적으로 확대할 필요가 있다. 금융거래 시 직원들이 고려해야할 윤리적인 부분에 대한 교육을 실시하고, 금융피해사례나 분쟁조정사례 등에 대한 사례를 공유하는 노력이 필요하다. 그리고 교육 방법에 있어서도 온라인 교육과 더불어 소비자보호부서를 통한 오프라인 교육을 실시해야 한다. 이러한 소비자보호를 위한 윤리교육은 금융회사의 사규인 ‘금융소비자보호규정’에 반영토록 하여 정기적으로 실시될 수 있도록 제도화 하여야 한다.

금융소비자보호 직무교육은 윤리교육뿐만 아니라 임직원의 업무지식과 상품교육을 포괄하여야 한다. 최근 디지털금융 환경의 변화로 금융상품이 복잡하고, 비대면 판매채널이 확대되고 있다. 이에 따라 금융상품 판매를 담당하는 소비자접점의 직원들조차 금융상품의 위험성이나 구조를 이해하지 못해 설명의무를 다하지 못하는 경우가 발생하게 된다. 금융상품에 대한 정확한 이해가 부족하면 금융소비자에게 잘못된 정보가 제공되기 때문에 금융상품 판매를 담당하는 직원에 대한 보다 강화된 자격기준이나 평가제도가 필요하다. 예를 들어 2019년 7월부터 실시중인 보험설계사 이력확인제도는 이러한 부분을 보완한 제도라고 할 수 있다. 보험소비자는 보험협회의 ‘e-클린보험시스템’을 통해 보험설계사의 기본정보와 제재 이력, 불완전판매비율 등을 조회할 수 있도록 하였다. 그러나 보험설계사의 ‘e-클린보험’ 시스템 등록이 의무가 아니고, 설계사를 판단할 때 제일 중요한 척도가 되는 불완전판매비율과 계약유지율에 대해서는 설계사의 동의가 없으면 조회가 불가능하다. 이러한 제도상의 한계로 실효성에 대한 의문이 제기되고 있으나 소비자접점 직원에 대한 자격을 강화해 나간다는 점에서 긍정적으로 평

가되며 금융업권 전반으로 확대할 필요가 있다.

금융회사 직원들은 금융환경의 변화에 대해 민감하게 반응하며 다양한 경제금융 지식을 습득해야 한다. 그리고 금융회사는 이를 위한 금융교육인프라를 구축해줄 필요가 있다. 금융소비자의 입장에서 금융상품에 대한 충분한 설명이 이루어지고, 금융소비자 입장에서 완전판매가 이루어지기 위해서는 금융회사 직원들의 금융이해력이 높아야 한다. 금융상품을 정확하게 이해해서 이에 대한 리스크를 숙지하고 있어야 한다. 급변하는 금융제도에 대해서도 신속하게 이해하려는 노력이 필요하다. 따라서 금융회사에서 임직원들을 대상으로 판매스킬이나 마케팅 교육을 진행하기 위한 전제조건으로 금융관련 업무지식과 상품교육을 포함한 금융소비자보호 직무교육을 의무화할 필요가 있다.

V. 금융기관의 금융소비자보호실태에 대한 평가

1. 금융기관의 금융소비자보호 평가 현황

1) 금융소비자보호실태에 대한 평가 도입

금융감독원 금융소비자보호처는 2014년 10월 소비자보호실태에 대한 평가제도를 도입하였다. 금융소비자보호실태에 대한 평가는 2015년 11월 평가방안을 최종확정하였으며, 2016년에 66개 금융회사를 대상으로 현장평가를 실시하였다. 금융소비자보호실태에 대한 평가는 기존의 ‘민원발생평가’를 개선하여 2016년 최초로 실시하였다. 과거 금융감독원 민원접수 건수 위주로 평가하였던 민원발생평가를 크게 개선하여 총 10개 부문으로 금융회사의 소비자보호실태에 대한 부분을 평가하고, 소비자보호 역량을 종합적으로 평

가한다. 금융소비자보호 실태평가의 평가항목은 크게 계량항목과 비계량항목으로 나눌 수 있다. 계량항목은 금융소비자에게 직접적으로 영향을 미칠 수 있는 민원건수 및 소송건수 등을 중심으로 5개 항목을 평가한다. 비계량항목 역시 5개 항목으로 금융회사가 소비자보호를 위해 구축한 조직 및 프로세스, 상품개발, 판매, 사후관리 등 상품과 관련된 전 과정에 대한 소비자 관점의 프로세스를 적정하게 운용하는지에 대해 5개 항목으로 평가한다. 금융소비자보호 모범규준에 있는 주요 내용들인 금융소비자보호 조직 및 제도와 관련한 내용, 금융상품 기획·개발 과정에 대한 내용, 금융상품 판매 과정에 대한 내용, 금융상품 판매 이후 과정에 관한 내용, 금융상품 정보제공 강화에 관한 내용을 포함한다.

2) 금융소비자보호실태에 대한 평가 운영

‘금융소비자보호 실태평가제도’는 기존 ‘민원발생평가’의 한계점을 보완하여 금융회사의 종합적인 소비자보호 실태에 대한 수준을 평가하기 위해 실시하는 금융감독원의 금융회사 평가방법이다.

민원발생평가의 경우 금융감독원에 접수되는 민원건수를 중심으로 평가기준이 정해져 있었으나 소비자보호 실태에 대한 평가제도는 총 10개 부분에 걸쳐 금융회사의 소비자보호실태에 대한 역량을 종합적으로 평가한다. 평가는 매년 실시하는 것을 원칙으로 하지만 민원 발생이 많고, 다발성 민원이 발생하는 등의 소비자보호 문제가 발생하는 금융회사에 대해서는 금융감독원의 판단에 따라 직권으로 수시 점검과 평가를 실시한다. 현재 대형 금융회사 및 금융소비자보호 관련 큰 분쟁이 발생한 회사는 금융감독원이 직접 평가를 실시하고 있다. 반면에 중·소형사의 경우 금융회사가 자체적으로 금융소비자보호 실태를 평가하고, 사후에 금융감독원을 통해 적정성을 점검 받고 있다. 평가결과는 각 금융업권의 협회나 개별 회사에 통보하여 공시하

도록 하고 있다. 이는 금융소비자가 금융회사를 선택할 때 참고할 수 있는 정보를 제공하고, 금융회사에게 금융소비자보호에 대한 동기를 부여하는 효과가 있다. 또한 금융감독원은 소비자보호 우수사례 전파를 통해 금융회사의 소비자보호에 대한 실태를 점검하고, 상대적으로 취약한 부분을 보완할 수 있도록 하고 있다.

<표9> 금융소비자보호실태에 대한 평가항목

구분		평가항목
계량항목 (5개)	1	민원건수(금감원과 금융회사 접수 민원건수 및 증감률)
	2	민원처리기간(금감원과 금융회사 접수 민원 평균 처리기간)
	3	소송건수(소송건수와 분쟁조정중 소송제기 건수 및 증감률)
	4	영업 지속가능성(재무건전성 지표 등 경영전반 리스크)
	5	금융사고(소비자 관련 금융사고 건수, 금액 및 증감률)
비계량 항목 (5개)	6	소비자보호 조직 및 제도 (소비자보호부서 관련 부서 등)
	7	상품개발과정의 소비자보호 체계 구축 및 운용
	8	상품판매과정의 소비자보호 체계 구축 및 운용
	9	민원관리시스템 구축 및 운용
	10	소비자정보 공시(상품별 주요사항 공시 등)

* 출처: 금융감독원(2020) 2019년 금융소비자보호 실태평가 결과 보도자료

2. 금융기관 평가방법의 문제점 및 개선방안

1) 금융소비자보호실태에 대한 국민인식

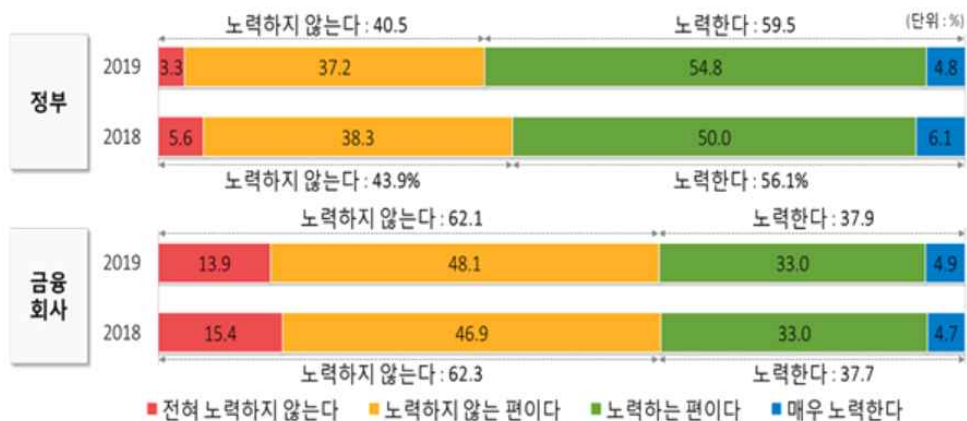
2019년 금융위원회가 금융소비자보호 국민인식조사를 수행한 결과는 다음과 같다. 금융소비자 보호 주체에 대한 인식은 금융소비자 보호를 위한 역

할에 대해 ‘금융위원회, 금융감독원 등 정부당국’ (45.4%), ‘소비자 본인’ (28.4%), ‘금융회사’ (22.9%), ‘소비자단체, 정보포털 등 보호인프라’ (3.2%) 순으로 중요하다고 나타났다(금융위원회, 2019).

금융당국의 금융소비자 보호에 대한 국민들의 평가는 금융회사에 대한 불만에 비해서는 낮은 것으로 조사되었다. <그림5>의 정부·금융회사의 금융소비자 보호 노력 정도를 살펴보면 정부가 소비자 보호에 노력하고 있는지에 대한 질문에 ‘노력하지 않는다’는 답변은 40.5%, ‘노력한다’는 답변은 59.5%로 조사됐다. 지난 2018년 조사를 살펴보면 금융소비자 보호에 노력하지 않는다는 답변이 각각 금융회사가 62.3%, 금융당국이 43.9%였다(금융위원회, 2019). 물론 정부의 노력에 대한 평가가 전년에 비해서 3.4%포인트(p) 증가한 것은 의미 있는 변화이다. 그러나 금융소비자를 보호하는데 있어서 가장 중요한 역할을 하는 주체를 묻는 조사에서 금융당국이 45.4%를 차지하는 것을 감안한다면 금융당국은 금융소비자보호에 대한 국민의 기대에 부흥할 수 있도록 더 많은 노력을 해야 할 것이다(금융위원회, 2019).

<그림5> 정부·금융회사의 금융소비자보호 노력 정도

“정부·금융회사가 금융소비자 보호에 노력한다고 생각하십니까?”



* 출처: 금융위원회(2020) 2019년 금융소비자보호 국민인식조사 결과 및 시사점

금융감독원이 실시한 금융소비자보호 실태평가에서 지속적으로 양호 평가를 받은 것과는 대조적으로 보고서에 따르면 ‘금융회사가 소비자 보호에 노력하지 않는다’는 응답은 62.1%, ‘노력한다’는 37.9%였다. 2018년 조사 때(62.3%)와 거의 같은 비율로 1년이 지났지만 거의 개선된 부분이 없다. 이와는 대조적으로 2019년 금융감독원이 발표한 ‘2018년 금융소비자보호 실태평가’ 결과에서는 각 평가부문(총 10개)별로 평균 46사(전체의 67.4%)가 양호 이상의 등급을 받았다(금융감독원, 2019). 이는 국민인식과 금융당국의 금융기관 평가 결과가 큰 차이를 나타내고 있음을 보여주고 있다.

2) 최근 금융소비자보호실태에 대한 평가결과

최근 발표된 금융회사의 금융소비자보호 실태에 대한 평가 결과에 대한 분석을 통해 평가제도의 문제점을 도출하고 이에 대한 개선방향을 제시해 보도록 하겠다. 2018년 금융소비자보호 실태평가 결과는 2019년 12월 17일 발표되었다. 금융감독원은 2018년 68개 금융회사를 대상으로 전수 현장 점검하여 ‘금융소비자보호 실태평가’를 실시하였다. 2018년 평가는 금융소비자의 활용도를 높이기 위해 평가등급을 세분화하고, 종합등급을 산출하도록 하였다. 부문·종합등급을 우수, 양호, 보통, 미흡, 취약의 5등급 체계로 세분화하였다. 자율조정성립률, 민원발생건수 등의 평가부문을 중심지표로 설정하여 금융회사 자체적인 민원 대응력 강화를 유도하였다. 또한 불완전판매와 관련해서 성과보상체계(KPI) 등이 회사 내 소비자보호제도와 연계되어 실질적으로 소비자보호를 위해 기능하는지를 중점적으로 평가했다. 소비자보호제도에는 내부 금융소비자보호협의회 운영, 고령자 보호제도, 상품출시 전 사전협의제도 등이 있다. 또한 DLF 사태 등과 같이 불완전판매로 큰 소비자 피해를 유발하고, 사회적 물의를 일으킨 경우 금융시장의 신뢰를 훼손한 페널티 기준을 적용했다.

(1) 평가방법

평가기간은 2018년 1월 1일부터 2018년 12년 31일까지 기간 중 금융회사의 활동으로 한다. 평가 대상은 민원건수 및 영업규모 등¹⁷⁾을 고려하여 선정된 68개의 금융회사(은행 12, 생보 18, 손보 11, 증권 10, 저축은행 10, 신용카드 7)이다. 평가부문은 기존과 동일하게 총 10개 부문이나 평가부문별 평가비중이 추가되었다. 평가등급은 종합·부문등급 모두 5등급으로 평가하였다.

<표10> 금융소비자보호실태 평가의 평가부문 및 평가비중

계량평가 부문(5개)			비계량평가 부문(5개)		
①	민원발생건수 (민원 건수 및 증감률)	15%	⑥	소비자보호 조직 및 제도	10%
②	민원처리노력 (처리기간, 자율조정 성립률)	15%	⑦	상품개발과정의 소비자보호 체계	10%
③	소비자 대상 소송건수 (소송패소율 및 분쟁조정중 소제기건수)	10%	⑧	상품판매과정의 소비자보호 체계	10%
④	영업 지속가능성 (재무건전성 지표)	5%	⑨	민원관리시스템 구축 및 운용	10%
⑤	금융사고 (금융사고 건수 및 금액)	5%	⑩	소비자정보 공시 등	10%

* 출처: 금융감독원(2020) 2019년 금융소비자보호 실태평가 결과 보도자료

17) 민원 건수 및 영업규모(소비자수 등)가 해당 금융업권의 1% 이상인 금융회사(증권사는 각 2% 이상, 저축은행은 각 2% 이상 & 총자산 1조원 이상)

<표11> 소비자보호실태 평가의 종합등급 기준

우수	금융소비자보호 모범기준이 요구하는 수준을 상회하는 수준의 소비자보호 경영관리를 수행하고 있어 매우 높은 수준의 소비자보호 달성 가능
양호	소비자보호 체계·조직·제도가 유기적으로 연계되어 소비자보호 경영관리를 수행하고 있어 양호한 수준의 소비자보호 달성 가능
보통	금융소비자보호 모범기준이 요구하는 소비자보호 수준을 대체로 이행하고 있으나, 부분적으로는 소비자보호 체계·조직·제도와 실제 운영간 연계성이 부족
미흡	금융소비자보호 모범기준이 요구하는 소비자보호 수준을 부분적 또는 형식적으로 이행하고 있어 소비자피해 예방에 부분적 결함이 존재
취약	금융소비자보호 모범기준이 요구하는 소비자보호 수준을 전혀 이행하지 않아 소비자피해 예방에 심각한 결함이 존재

* 출처: 금융감독원(2020) 2019년 금융소비자보호 실태평가 결과 보도자료

등급산정은 부문별 세부 평가항목 결과에 따라 등급을 부여하였다. 계량평가는 민원처리노력, 민원발생건수 부문에 대한 평가비중을 확대(10% → 15%)하여 자발적인 회사의 민원처리 역량 강화를 유도하였다. 비계량평가는 소비자보호 모범기준에서 요구하는 사항에 대한 반영여부와 금융소비자 보호에 대한 실질적인 노력과 활동 결과를 중점적으로 평가하였다.

(2) 평가결과

총 10개의 평가부문별로 전체의 67.4%인 46사가 ‘양호’ 이상의 등급을 받았다. 이는 전년(51사, 77.3%) 대비 9.9% 감소한 결과이다. 민원발생건수가 전년 대비 8.8% 증가하여 민원 관련 계량평가(①, ②)의 결과가 저조하였다. 민원관련 계량평가에서 평균 ‘양호’ 이상 등급을 받은 회사 수가 2017년 62사에서 2018년 50사로 감소하였다. 현장평가를 확대(34 → 68사)하고, 평가등급 세분화(3 → 5등급)로 평가수준을 높이는 과정에서 비계량평가 결과도 하락한 것으로 분석된다. 비계량부문별 평균 ‘양호’ 이상 등급 수는 2017

년 47사에서 2018년 38사로 감소하였다. 2018년 신설된 종합등급은 전체 68사중 3사(국민은행, 신한카드, 현대카드)가 ‘우수’를 시현하였다. ‘양호’ 등급은 36사(52.9%)이고, ‘보통’은 27사(39.7%)였다. ‘미흡’은 우리은행 및 KEB하나은행 2사(2.9%)였으며, 이는 불완전판매인 DLF사태로 금융소비자의 대규모 피해가 발생하여 금융시장의 신뢰를 훼손한 사유로 종합등급을 1등급 강등한 결과이다.

<표12> 2018년 종합등급 및 부문별 금융회사의 평가등급 분포

등 급	종합 등급	계량평가 부문					비계량평가 부문					총계 (①~⑩)	평균
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩		
	(가중치)	15%	15%	10%	5%	5%	10%	10%	10%	10%	10%	-	-
우 수	3	3	19	23	33	30	-	1	-	1	3	113	11
양 호	36	43	35	27	25	32	47	30	37	35	34	345	35
양호 이상	39	46	54	50	58	62	47	31	37	36	37	458	46
(비율)	(57.4)	(67.6)	(79.4)	(73.5)	(85.3)	(91.2)	(69.1)	(45.6)	(54.4)	(52.9)	(54.4)	(67.4)	(67.4)
보 통	27	17	13	17	10	-	21	34	28	32	29	201	20
미 흡	2	5	1	1	-	3	-	3	3	-	2	18	2
취 약	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	3	-

* 출처: 금융감독원(2020) 2019년 금융소비자보호 실태평가 결과 보도자료

은행은 소비자보호 수준에 대한 차이와, 소비자피해 발생에 대한 페널티 등의 영향으로 종합등급에 격차(우수 1사, 양호 4사, 보통 5사, 미흡 2사)가 존재했다. 소비자보호 관련 인프라는 체계적으로 구축되어 있으나, 소비자상황(가입목적, 재산 등)에 따른 투자권유는 미흡한 것으로 나타났다. 특히,

초고령자를 대상으로 한 고위험상품 판매정책은 은행별로 차이가 컸다. 투자권유 유의상품을 지정하여 사후모니터링인 해피콜을 실시하고 있으나, 영업추진부서가 이를 담당하고 있는 한계가 드러났다. 따라서 상품가입에 대한 금융소비자의 입장을 고려하기 보다는 사후보완에 집중하는 것으로 분석되었다. 특히, 성과보상체계(KPI)가 목표위주의 수익성 중심으로 설계되어 영업의 과당경쟁을 예방하기에는 한계가 있었다.

보험업권은 종합등급 ‘우수’가 없었으며, 평가결과가 대부분 ‘양호’와 ‘보통’에 분포하였다. 생명보험사(양호 9사, 보통 9사)와 손해보험사(양호 7사, 보통 4사)는 금융소비자보호체계 구축에 대한 노력을 타 업권보다 강화해야 할 것으로 보인다. 민원건수가 증가(7.5%)하고, 자율조정성립률(48.7%)이 낮은 부분에 대한 영향으로 민원 관련 계량평가가 전년 대비 저조하였다. 그 결과 ‘양호’ 이상의 평가결과 비중이 2017년 91.4%에서 2018년 74.1%로 급감하였다. 전화판매(TM) 및 법인대리점(GA) 관련 판매채널에 대한 불만이 증가하였다. 또한 즉시연금이나 암입원비 등에 대한 보험금 지급보류 발생 등 보험금 지급에 대한 이슈도 지속적으로 제기되는 것으로 나타났다. 보험금 산정과 지급에 관한 민원이 33.5%로 2018년 전체 보험민원 중에서 가장 높은 비중을 차지했다. 손보업권의 경우에는 손해보험협회가 자동차사고와 관련한 과실비율 민원에 적극 참여하여 해결하는 등 자정노력을 확대하는 것으로 분석되었다.

신용카드 업권은 전 카드사가 종합등급 ‘양호’ 이상(우수 2사, 양호 5사)을 시현하였다. 전 업권에서 자율조정성립률(78.8%)이 가장 높게 나타났으며, 계량부문에 대한 평가결과가 타업권 대비 우수하였다. 계량평가에 대한 등급별 비중은 우수가 57.1%, 양호가 40%였다. 일부 카드사에서는 최고경영자(CEO)가 금융소비자보호협의회에 직접 참여하였으며, IT기술과 빅데이터를 활용한 소비자불만관리 시스템을 운영하였다. 유선으로 제기된 소비

자 불만을 텍스트로 변형하여 빅데이터 기술로 분석하는 등의 새로운 시스템이 도입되었다.

증권업권(양호 7사, 보통 3사)과 저축은행업권(양호 4사, 보통 6사)는 종합 등급 ‘우수’가 없었으며, 대부분 ‘양호’와 ‘보통’에 분포하였다. 두 업권은 대체적으로 민원건수가 적고, 금융사고 및 소비자 대상 소송 등이 많이 않아 계량부문의 평가결과가 양호하였다. 계량평가 등급별 비중은 증권업권이 우수 48%, 양호 32%이고, 저축은행 업권이 우수 42%, 양호 38%로 나타났다. 그러나 소비자보호 부서의 인원을 소수로 운영하고 있어 금융소비자보호협의회 운영 및 이를 통한 업무 개선이 부족하였다. 예를 들어 소비자에게 유용한 정보를 제공하는 등의 업무수행이 부진한 것으로 분석되었다. 때문에 체계화된 민원관리시스템을 구축하여 운영할 필요가 있어 보인다. 그러나 일부 저축은행은 보이스피싱 보험을 무료로 제공하거나 전화로 금리인하 요구를 접수받는 등의 소비자보호 노력을 기울인 것으로 판단된다.

3) 금융기관 평가방법에 대한 개선의견

금융회사의 금융소비자보호 실태에 대한 평가가 실효성을 높이기 위해 보다 근본적인 개선방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 평가 과정에서 금융감독원과 금융회사 직원들의 과도한 노력이 투입되는 부분을 개선할 필요가 있다. 평가를 2년에 한번 정도 실시하여 실태 평가에 대한 부담을 줄이고, 현재 분기마다 공시하고 있는 민원발생 건수에 대한 부분을 보다 적극적으로 관리하는 방안을 제안한다. 인적자원은 한정되어 있는데 평가기간 동안 부가적인 평가업무가 우선시 된다. 민원발생평가에서 금융소비자보호 실태에 대한 평가로 평가방법이 변경되면서 준비해야 할 부분들이 더욱 많아졌다. 사후적으로 평가결과에 따라 소비자보호체계를

구축하기 위해 개선해야할 부분들이 많아졌다. 평가 결과를 통해 개선되는 부분은 긍정적이지만 이것이 금융회사 직원들의 피로도가 높아지게 만든다면 평가 결과와는 달리 업무현장에서 직원들이 제공하는 실질적인 금융소비자보호에 대한 서비스가 저하될 가능성이 있다. 때문에 평가를 준비하는 금융회사의 직원들의 입장을 일정부분 고려할 필요가 있다. 형식적인 자료보다는 평소에 업무를 통해 정리될 수 있는 최소한의 자료들을 통해 현황을 파악하는 평가기준 수립이 필요하다. 금융감독원이 평가와 관련된 새로운 시스템을 개발하거나 현재 운영하고 있는 민원관리시스템에 금융회사의 평가를 위한 부분들을 보완하여 활용하는 것도 고려해볼 필요가 있다.

둘째, 금융업권의 특성에 적합하게 평가 기준 마련에 관한 부분으로 지속적으로 개선해나갈 필요가 있다. 금융소비자보호를 위한 실태평가는 은행업을 모델로 설계한 평가기준을 보험업, 증권업, 카드업에 적합한 형태로 변형한 모습이다. 도입단계에서 신속한 평가기준 마련을 위해 선택한 방법이지만 결과적으로 각 업권에 적합하지 않은 평가기준이 포함되는 부작용이 발생하고 있다. 예를 들어 상품의 사후관리에 대한 평가기준은 보험업에서는 중요한 평가요소지만 카드업에서는 큰 문제가 발생하지 않는 부분이다. 이러한 부분들을 고려해서 각 업권에 맞는 차별화된 평가기준 마련이 필요하다. 금융감독원은 각 금융업권의 협회를 통해 지속적으로 평가기준에 대한 건의사항을 수렴해서 금융상품의 특성에 적합한 평가기준을 보완해나가는 부분을 금융소비자보호 업무에 포함시킬 것을 제안한다. 그리고 궁극적으로 평가에 대한 부분은 각 협회에 권한을 일부 위임하여 평가기준이 획일화되고 형식적인 수준에서 머무르는 것을 근본적으로 개선할 필요가 있다. 금융감독원에서 각 업권의 세부적인 특성을 반영하기에는 한계가 있기 때문에 각 업권의 소비자보호 실태를 획일적으로 평가하려는 문제가 발생한다. 오랜 기간 각 업권의 특성을 정확하게 파악하고 있는 협회를 활용하면 보다

실효성 있는 평가 기준을 수립하여 실효성 있는 평가시스템을 운영할 수 있을 것이다.

셋째, 평가의 객관성과 공정성을 확보에 관한 부분으로 평가결과에 대한 공개범위를 확대하는 개선이 필요하다. 금융감독원은 평가결과에 대해서는 보도자료 배포내용 이상의 정보공개를 허용하지 않고 있다. 실제로 정보공개청구를 요청해 본 결과 실태평가와 관련된 세부자료는 금융소비자보호감독국 소비자보호제도팀의 유선전화를 통해 비공개 답변을 받았다. 정보공개처리절차 안내에 따르면 공개여부 결정이 곤란한 경우 정보공개심의회에서 심의하도록 정하고 있다. 비공개결정시에는 비공개이유, 불복방법, 불복절차 명시하도록 하고 있다. 구체적으로 실태평가 등급점수에 대한 부분공개를 재요청하였으나 이 역시 금융기관에 정보비공개 서약에 따라 정보공개가 어렵다는 비공개 답변을 받았다. 실태평가의 투명성을 제고하고, 평가의 실효성을 제고하기 위해서는 평가과정이나 결과 공개에 대한 보다 폭넓은 접근이 필요해 보인다.

VII. 결론 및 제언

본 연구에서는 금융환경의 변화와 이에 따른 금융소비자보호 법률, 제도 및 이해관계자(금융당국, 금융회사, 금융소비자)의 역할을 중심으로 개선방안을 다음과 같이 논의하였다.

첫째, 금융환경 변화에 대해 체계적으로 접근하기 위해 우리나라 금융발전 역사와 기술발전에 따른 금융환경의 변화를 분석하였다. 그리고 금융소비자보호의 이론적 논의를 통해 개념을 명확하게 정의하고, 금융환경 변화에 따른 금융소비자보호의 필요성에 대해 살펴보았다. 금융소비자보호를 위한 제도적 인프라가 급변하는 금융환경에 따른 금융소비자들의 피해를 선제적으로 예방할 수 있는지 살펴보았다.

둘째, 우리나라의 금융소비자보호를 위한 제도와 법률에 대해 체계적으로 접근했다. 우리나라 ‘금융소비자보호제도’의 현황을 통해 금융환경 변화로부터 금융소비자에게 발생하는 문제점을 분석하였다. 주요 금융소비자보호 제도를 모범적으로 운영 중인 선진국들의 사례를 통해 분석한 문제점들에 대한 개선방안을 제시하였다.

셋째, 최근 제정된 ‘금융소비자보호법’에 대해 살펴보고 그 한계와 개선점에 대해 분석해보았다. 그리고 소비자보호를 강화하기 위한 감독체계의 방향성을 살펴보고 ‘금융소비자보호기구’의 설치의 중요성과 금융소비자보호를 위한 금융 주체들 간의 책임 있는 역할에 대해 논의하였다.

넷째, 금융기관을 대상으로 실시되고 있는 금융소비자보호 업무실행 평가의 현황을 분석하여 ‘금융소비자보호 실행평가’의 문제점 및 개선방안에 대해 살펴보았다. 2019년에 발표된 금융소비자보호 업무실행 평가의 최근 결과를 분석하여 평가결과가 금융소비자보호에 미치는 실효성을 살펴보았다. 이를 기반으로 금융감독원 주관으로 우리나라 주요 금융회사의 금융소

비자보호 수준을 측정하고 있는 평가 제도의 주요 쟁점사항과 실효성 제고를 위한 근본적인 개선방안에 대해 논의하였다.

위와 같이 본 연구에서는 금융환경의 다양한 변화에 따른 금융소비자보호 법제도의 현황을 살펴보고, 최근 제정된 금융소비자보호법을 중심으로 실효성 증대방안을 모색해 보았다. 또한 금융소비자보호 실태평가의 문제점 및 개선방안에 대해 논의하였다. 그리고 금융소비자보호가 효과적으로 이루어지기 위한 금융시장 참여자들의 역할과 책임에 대해서도 살펴보았다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 금융소비자보호 강화를 위해서는 금융환경의 다양한 변화에 대응할 수 있도록 금융소비자의 입장에서 정부정책이 수립되어야 한다. 핀테크의 발전으로 인한 비대면 거래의 증가, 고령층 증가로 인한 금융취약계층 보호, 불완전 판매, 금융범죄 및 불법금융에 대한 적극적인 대응이 필요하다. 금융당국은 금융선진국에서 효과가 검증된 다양한 금융정책을 적극적으로 검토해 볼 필요가 있다. 그리고 빠르게 변화하는 금융환경에 적합한 금융정책을 수립하기 위해서는 금융당국뿐만 아니라 과학기술정보통신부, 교육부 등 여러 정부 부처들 간의 소통과 협력이 필요하다.

둘째, 금융소비자 보호를 위한 지속적인 법제도의 개선이 필요하다. 최근 제정된 ‘금융소비자보호법’은 자본시장법과 같이 기능별 규제체계를 도입하여 규제차익과 규제공백을 방지하였다. 여러 가지 측면에서 금융소비자보호를 한 단계 강화시킨 부분은 있지만 실효성 제고를 위한 지속적인 개선이 필요하다. 실효성을 증대시키기 위해서는 법의 보완, 손실보상 및 금융분쟁 조정제도의 개선, 공적 자문서비스의 확대, 독립된 소비자보호기구의 설치 등이 반드시 필요하다. 이러한 제도적 개선을 통해 금융소비자를 효율적으로 보호할 수 있을 것이다.

셋째, 금융소비자보호를 강화하기 위해서는 감독체계의 개편이 필요해 보

이다. 현재 우리나라의 감독체계는 구조적인 한계를 가지고 있다. 이해상충이 발생하는 건전성 감독과 금융소비자 보호업무를 동일 기구에서 담당하고 있기 때문이다. 이와 같은 감독체계의 구조적인 문제점들을 해소하기 위해서는 감독기구를 건전성감독기구와 소비자보호기구로 분리해서 운영할 수 있는 쌍봉형(Twin-Peaks)체계로의 개편해야 할 것이다.

넷째, 소비자들의 금융 이해력 증진을 위한 금융역량강화 교육인프라 구축이 필요하다. 소비자들의 금융이해력 제고를 통해 각종 금융사고 및 피해를 사전에 예방하는 강력한 금융교육 정책이 필요하다. 또한 금융소비자보호는 금융이해력을 증진시키기 위한 금융소비자와 금융회사 상호간의 책임성이 강화되어야 한다. 때문에 금융소비자 뿐만 아니라 금융회사 직원에 대한 금융소비자보호 직무교육 인프라 구축이 필요하다. 금융소비자는 자신의 금융역량 강화와 금융거래에서 자기 책임감이 필요하며, 금융회사는 금융소비자보호가 장기적으로는 수익창출에 기여함을 인식해야 한다. 그리고 임직원들에 대한 체계적인 금융소비자보호 직무교육을 확대 실시해야 할 것이다.

다섯째, 금융회사의 금융소비자보호 실태에 대한 평가는 실효성을 높이기 위해 보다 근본적인 개선이 필요하다. 먼저, 평가준비에 금융회사 직원들의 과도한 노력이 투입된다는 부분을 개선하여 평가를 2년에 한번 정도 실시할 것을 검토해볼 필요가 있다. 그리고 금융업권의 특성에 적합한 평가기준을 만들어야 할 것이다. 금융협회를 통해 지속적으로 평가기준에 대한 건의사항을 수렴해서 금융상품의 특성에 적합한 평가기준을 마련해나가야 한다. 또한 평가권한을 금융협회에 일부 위임하여 금융회사 평가기준이 획일화되고 형식적인 수준에서 머무르는 것을 개선할 필요가 있다. 마지막으로 평가의 객관성과 공정성을 확보에 관한 부분으로 평가결과에 대한 공개범위를 확대하는 개선이 필요하다. 평가의 투명성을 제고하고, 평가의

실효성을 제고하기 위해서는 평가과정이나 결과 공개에 대한 보다 폭넓은 접근이 필요해 보인다.

금융소비자보호법이 제정된 이후, 금융소비자 주권확립의 기본적인 법적 근거가 마련되었다. 실효성 있게 금융 산업 현장에 정착할 수 있도록 정부는 법 집행을 위한 시행령, 시행규칙 등의 행정입법과 대국민 교육 및 홍보 활동을 진행해야 할 것이다. 더불어 금융소비자보호법의 실효성을 증진시키기 위한 제안으로 여러 법제도를 제안한다.

첫째, 집단소송제도와 징벌적 손해배상제도의 도입을 검토할 필요가 있다. 금융소비자주권을 실질적으로 확립하기 위해 반드시 검토되어야 하는 부분이다.

둘째, 금융기관에서 손실위험이 매우 큰 파생상품 등의 판매를 금지하는 조치가 필요하다. 고위험상품이나 구조가 복잡하여 금융소비자에게 고도의 주의가 필요한 상품은 판매를 제한하거나 금지시켜야 할 것이다.

셋째, 손해배상청구권 행사에 있어서 손해배상액 추정제도의 도입과 입증 책임 전환 또는 완화 및 추정의 법리를 보다 확대해야 한다.

넷째, 금융소비자보호업무만 전담하는 독립적인 금융소비자보호기구의 신설을 법제화할 필요가 있다.

다섯째, 금융교육 인프라 강화를 위한 ‘금융교육원’ 설립 방안을 검토해 볼 필요가 있다.

후속 연구에서는 지금까지 제기된 금융정책 이슈들에 대해 보다 구체적으로 논의할 필요가 있다. 예를 들면 IMF의 권고사항인 감독당국의 정치권과의 독립성 보장, 감독기구 이원화에 따른 부작용, 거시적인 금융시스템 감독을 위한 위기관리 전담 최고기구 설치, 금융소비자보호의 관한 법률안의 실효성 있는 시행령 마련, 별도의 금융소비자보호기구의 설립, 금융교육원의 설립방안 등에 대한 연구가 계속되어야 할 것이다.

〈참고문헌〉

- 구정환, 이규복(2017). 금융상품 자문업 도입에 따른 판매채널 서비스의 질 제고방안. KIF 연구보고서, 1-120.
- 국회정무위원회(2016). 제20대 국회 정무위원회 정책현안. 정무위원회 홈페이지(<http://www.policy.na.go.kr>).
- 권순현(2013). 금융소비자보호법에 대한 입법평가. 한국법제연구원.
- 권종호(2010). 금융산업의 발전과 소비자보호. 저스티스, 121, 809-827.
- 금융감독원(2010). 금융감독원 10년사. 홈페이지(<http://www.fss.or.kr>).
- 금융감독원(2010). 금융소비자보호 백서. 홈페이지(<http://www.fss.or.kr>).
- 금융감독원(2011). 금융소비자보호업무 백서. 홈페이지(<http://www.fss.or.kr>).
- 금융감독원(2012). 고령자앞 ELS 관련상품 판매현황 및 보호방안. 보도자료.
- 금융감독원(2013). 금융회사내 소비자보호 시스템 구축을 위한 금융소비자보호 모범규준 개정. 보도자료.
- 금융감독원(2015). 2014년 금융기관 민원발생평가 결과. 보도자료.
- 금융감독원(2016). 2015 연차보고서. 홈페이지(<http://www.fss.or.kr>).
- 금융감독원(2016). ELS 등 투자시 투자자 숙련제도 시행. 보도자료.
- 금융감독원(2016). 금융투자의 자기책임 원칙 확립방안. 보도자료
- 금융감독원(2016). 2015년 금융소비자보호 실태평가 결과. 보도자료.
- 금융감독원(2017). P2P 대출 가이드라인. 보도자료.
- 금융감독원(2017). 유사투자자문업 제도개선 및 감독방안. 보도자료.
- 금융감독원(2019). 2018년 금융소비자보호 실태평가 결과. 보도자료.
- 금융감독원(2019). 2018 연차보고서. 홈페이지(<http://www.fss.or.kr>).
- 금융감독원(2020). 2019년 금융소비자보호 실태평가 결과. 보도자료.

금융감독원(2020). 금융감독원 20년사. 홈페이지(<http://www.fss.or.kr>).

금융위원회(2016). 개인연금법 제정안 입법예고. 보도자료.

금융위원회(2016). 국민재산의 효율적 운용을 지원하기 위한 금융상품자문업 활성화 방안. 보도자료.

금융위원회(2016). 금융소비자보호 기본법 제정안 입법예고. 보도자료.

금융위원회(2017). 유사투자자문업 제도개선 및 감독방안. 보도자료.

금융위원회(2020). 금융그룹의 감독에 관한 모범규준 개정안 의결. 보도자료.

금융위원회(2020). 2019년 금융소비자보호 국민인식조사 결과 및 시사점. 보도자료.

김동원(2014). 금융감독체계 개편방안. 한국금융연구원-국제경제학회 공동 심포지엄 세미나.

김선동의원 대표발의(2016). 유사수신행위의 규제에 관한 법률 일부 개정 법률안. 정무위원회. 법안심사소위원회 자료.

김영주(2017). 금융환경 변화에 따른 금융소비자보호 개선방안 연구. 고려대학교 대학원 석사학위논문.

김자봉(2017). 금융소비자보호 법제의 주요 현안과 정책과제. 주간 금융 브리프, 26(9), 3-13.

김정환(2016). 금융이해력과 금융교육에 대한 해외연구 및 사례. 금융연구원.

김홍범(2015). 위기 이후 금융개혁: 영국·독일·호주의 경험과 시사점. 금융연구, 29(4), 1-52

노형식(2019). 금융 및 금융규제 복잡성 증대의 시사점. 주간 금융 브리프, 28(2), 3-8.

노형식, 송민규, 연태훈, 임형준(2014). 금융소비자보호 효과 제고를 위한 실천과제: 규제, 사후관리, 역량강화. 한국금융연수원.

뉴스핌(2020). 작년 퇴직연금 적립금 200조 돌파 연간수익률 2.25%. 4월 5일.

- 디지털데일리(2020). 데이터3법 통과, 금융권 혁신서비스 활성화 기대감 고조. 1월 10일.
- 박기령(2013). 금융산업의 사회적 자본과 금융소비자보호. 한국법제연구원.
- 박용린(2016). 국내 증권업 경쟁도와 구조변화에 대한 연구. 자본시장연구원.
- 박종림(2013). 금융소비자 보호제도에 대한 법적 연구. 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- 박진근(2016). 금융회사의 설명의무-금융소비자보호 기본법(안)을 중심으로. 법과 정책연구, 16(3), 345-371.
- 박태준(2019). 비대면 금융거래 확산에 따른 금융소비자보호방안 연구. 고려대학교 대학원 석사학위논문.
- 서병호(2015). 인터넷전문은행의 도입에 따른 기대효과 및 시사점. 주간 금융 브리프, 24(33), 10-11.
- 성태윤(2012). 글로벌 금융위기 이후 영미 금융 감독체제의 변화. 한국경제의 분석, 18(1), 1-39.
- 세계일보(2020). 고령화 급속 진행, 2022년 기초연금 예산만 20조 넘어 [연중 기획-인구절벽 뛰어넘자]. 4월 19일.
- 소비자가 만드는 신문(2020). 금감원 금융소비자보호실태평가 올해 71개 회사 평가, 정성 평가 강화. 4월 10일.
- 소비자가 만드는 신문(2020). 금감원 금융소비자보호실태평가 현장 조사 나가야 하는데, 코로나19로 일정 불투명. 4월 20일.
- 송민규(2013). 사후적 금융소비자보호 강화를 위한 과제: 분쟁조정을 중심으로. 주간 금융 브리프, 22(28), 3-9.
- 신보성, 권재현, 김종민, 이효섭, 천창민(2015). 글로벌 금융규제 흐름과 우리나라 금융규제개혁의 바람직한 방향. 자본시장연구원.

- 안수현(2014). 금융소비자보호법제정안의 판매관련 금융소비자보호의 의의와 한계. 금융법연구 11(1), 3-52.
- 안수현(2015). 금융상품의 판매관행과 금융소비자 보호방안. 한국금융연구원. 연합뉴스(2015). 금융회사 평가, 소비자 보호 중심으로 바뀐다. 7월 5일.
- 연합뉴스(2019). 한은, 잠재성장률 2.5~2.6%,고령화 등으로 더욱 하락 전망. 9월 9일.
- 예금보험공사(2014). 영국의 금융소비자 손실보상제도. KDIC 조사분석정보.
- 원승연(2009). 금융소비자 보호의 필요성_사례분석을 중심으로. 2009 하반기 정례 정책심포지엄 발표자료.
- 윤석현(2014). 금융소비자 보호를 위한 감독체계 개편, 한국금융소비자학회, 4(1), 1-35.
- 은행연합회(2016). 민간은행 성과연봉제 도입 가이드라인 마련. 보도자료.
- 이재성(2016). 금융소비자보호를 위한 금융분쟁 해결제도에 관한 연구. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 이충렬, 정군오(2016). 전자금융과 핀테크의 이해. 한국금융연구원 연구자료.
- 이태준, 윤태웅(2014). 금융소비자보호를 위한 공시제도의 커뮤니케이션효과 연구. Journal of Public Relations, 18, 364-393.
- 이훈(2015). 금융소비자보호를 위한 제도적 장치에 관한 연구. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 재정경제부(2006). 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제정안. 보도자료.
- 정홍주, 이현복(2014). 금융감독기구의 독립성, 책무성, 투명성 강화방안. 한국금융소비자학회, 1-26.
- 조선비즈(2018). 윤석현 금융회사 업무전반에 대한 종합검사 필요. 8월 14일.
- 조윤제(2015). 세계금융위기 이후 금융부문에 대한 시각 및 금융감독규제의 변화. 한국금융연구원 연구자료.

- 중앙일보(2020). 지난해 IRP 폭발적 증가, 퇴직연금 자리 잡나. 4월 18일.
- 채준(2013). 금융소비자보호에 대한 원칙과 제언. 금융투자, 20-34.
- 최승재(2009). 금융시장에서의 금융소비자의 행동양태를 고려한 투자자보호
규범의 설계에 대한 연구. 증권법 연구.
- 최현자(2014). 금융소비자보호 강화의 주요효과와 전망. 한국국제경제학회
정책 세미나.
- 파이낸셜뉴스(2017). 인터넷뱅킹 이용자 60% 스마트폰 이용, 하루평균 이체
금액 3조. 2월 27일.
- 파이낸셜신문(2020). 증권사·보험사에도 비상대출, 한은 '금융안정특별대출
제도' 신설. 4월 16일.
- 하성주(2011). 금융소비자보호법(안) 제정에 따른 국내 은행의 대응 방안. 연
세대학교 대학원 석사학위논문.
- 한국금융소비자학회(2019). 금융소비자보호법안 주요 내용과 쟁점 검토. 학
술발표논문집, 173-180.
- 한국금융연수원(2014). 2014 금융소비자보호 단행본.
- 허경옥, 이기연(2014). 금융소비자보호 강화를 위한 금융분쟁조정 제도 연구
및 개선방안 모색. Financial Planning Review, 7(1), 117-147.
- Admati, A. & M. Hellwig, The Banker's new Clothes, Princeton University
Press, 2013.
- Alan D. Morrison, "System risks and the 'too-big-fail' problem", Oxford
Review of Economic Policy, Vol 27 No.3, 2011.
- Alastair Hudson, The Law of Finance, Sweet & Maxwell(2nd ed), 2013.
- Arnold & Porter (UK) LLP, International Comparative Legal Guide to:
Class & Group Action 2011.
- ASIC, REPORT 229-National financial literacy strategy, March 2011.

Commonwealth of Australia, Financial System Inquiry: Final Report, December 2014.

CORNERSTONE RESEARCH, Securities Class Action Filings-2015 Midyear Assessment, 2015.

Derek French · Stephen Mayson · Christopher Ryan, Company Law 2013-2013, OUP(30th ed), 2013.

European Commission(Directorate General Internal Market and Services), “Public Consultation : Review of the Markets in Financial Instruments Directive(MiFID)” , 8 December 2010.

FCA, Restriction in Relation to the Retail Distribution of Contingent Convertible Instruments, August 2014.

FCA, Product Intervention, Discussion Paper 11/1, January 2011.

FCA, Restrictions on the Retail Distribution of Unregulated Collective Instruments Schemes and Close Substitutes, PS13/3, 2013.

Gerard McMeel · John Virgo, Financial Advice and Financial Products, Oxford University Press, 2001.

Heidi Mandanis Schooner · Micheal W. Taylor, Global Bank Regulation: Principle and Policies, Elsevier, 2010.

IMF, Global Financial Stability Report-Financial Stress and Deleveraging Macrofinancial Implications and Policy, Oct 2008.

New York Times, Obama Signs Legislation Overhauling Financial Rules, July 21 2010.

OECD, “High-Level Principles in Financial Consumer Protection” , October 2011.

ABSTRACT

A study on the legal system for strengthening financial consumer protection and the evaluation method of financial consumer protection by financial institutions.

Jang, Sung Chul.
Dept. of Living Culture & Consumer Science,
The Graduate School
Sungshin Woman' s University

Korea's financial consumer protection has not been developed as compared to major developed countries. Recent changes in the financial environment have highlighted the need for financial consumer protection.

This study looks at recent changes in the financial environment surrounding financial consumers. In addition, it suggested how the protection of financial consumers should be improved.

Based on the "laws for the protection of financial consumers" enacted in March 2020, the problems and improvement measures of the "financial consumer protection system" in Korea were presented. To this end, we reviewed the recent major policies of the Financial Services Commission and the current status of the "financial consumer protection system" in Korea. The following results were drawn by finding implications from the financial consumer protection system of major developed countries abroad.

In addition, the results of the actual condition evaluation of financial consumer protection conducted every year were thoroughly surveyed to discuss how to improve and improve the effectiveness of the actual condition evaluation. The actual evaluation system is intended to be used as information for selecting financial companies by providing results to financial consumers. Therefore, it is very important to prepare an institutional system to increase the objectivity and fairness of evaluation. The roles and responsibilities of the oversight body and the financial consumer protection department were discussed. Finally, we discussed how to build a financial education infrastructure to protect financial consumers. The results of this study are as follows.

First, the government policy should be established from the perspective of financial consumers in the direction of responding to the recent changes in the financial environment.

It is necessary to increase the number of non-face-to-face transactions due to the development of fintech, protect the financially vulnerable groups due to the increase in the elderly, and actively respond to illegal financial and financial crimes.

Second, it is necessary to continuously improve the legal system to protect financial consumers.

The recently enacted “Financial Consumer Protection Act” seeks to strengthen financial consumer protection. However, continuous improvement is needed to improve effectiveness.

Third, the supervisory system needs to be reformed to strengthen consumer protection. Currently, Korea’s supervisory system has a deformed

structure. The same organization is in charge of protecting financial consumers in conflict of interests with health supervision.

In order to resolve the problems, the supervisory organization should be reorganized into a Twin-Peaks system that operates separately from the health supervisory organization and the consumer protection organization to strengthen consumer protection.

Fourth, the results of the actual evaluation of financial consumer protection conducted by the Financial Supervisory Service were analyzed.

It is necessary to prepare an institutional mechanism to increase objectivity and fairness, as it provides financial consumers with the results of actual state assessments of major financial institutions.

Fifth, in order to enhance financial understanding of financial consumers, it is necessary to strengthen financial capabilities and establish education infrastructure to protect financial consumers of financial companies.

A strong financial education policy is needed to prevent various financial accidents and damages by improving the financial understanding of consumers. In addition, systematic financial consumer protection training must be provided to employees of financial companies.