



| | | | | | |
|---|--------------------------------------|---------------------------------|--------------|--|--|
|  금융위원회 | | 보 도 자 료 | |  금융감독원 | |
| 보도 | | '19.4.18(목) 14시부터 보도 가능' | 배포 | 2019.4.17.(수) | |
| 책 임 자 | 금융위 금융소비자정책과장 김 기 한(02-2100-2630) | | 담 당 자 | 양재훈 사무관(02-2100-2642) 류성재 사무관(02-2100-2632) 윤준구 사무관(02-2100-2631) | |
| | 금감원 소비자보호총괄국장 오 흥 주(02-3145-5700) | | | 구본경 팀 장(02-3145-5688) | |
| | 은행연합회 김혜경 상무(02-3705-5211) | | | 손경애 부 장(02-3705-5040) | |
| | 금융투자협회 이도연 본부장(02-2003-9014) | | | 이승정 부 장(02-2003-9420) | |
| | 생명보험협회 박배철 본부장(02-2262-6681) | | | 최중윤 부 장(02-2262-6614) | |
| | 손해보험협회 고봉중 본부장(02-3702-8550) | | | 최종수 부 장(02-3702-8670) | |
| | 여신금융협회 이태운 본부장(02-2011-0710) | | | 이정음 부 장(02-2011-0785) | |
| | 저축은행중앙회 최병주 본부장(02-397-8604) | | | 양희경 부 장(02-397-8660) | |

제 목 : 「금융소비자 간담회」 개최 및 「금융소비자 보호 종합방안」 마련

- 금융위원회는 2019.4.18(목), 「금융소비자 간담회」를 개최하여 금융산업에 대한 신뢰 제고 차원에서 금융소비자 보호방안 논의
- 동 간담회를 통해 금융소비자 보호의 4대 축인 '소비자-금융회사-금융당국-보호인프라'를 중심으로 한 '금융소비자 보호 종합방안' 마련
 - (분야 I) 소비자가 안심하고 편리하게 금융을 이용할 수 있도록 체감형 편의 서비스를 확대하고 불합리한 관행 개선
 - (분야 II) 소비자 보다는 수익성만을 추구하는 금융회사의 영업 관행이 자체적으로 개선될 수 있도록 유도
 - (분야 III) 소비자가 두텁게 보호받고 있다는 사실을 현장에서 체감할 수 있도록 현장밀착형 금융감독 실시
 - (분야 IV) 소비자가 언제, 어디서든 믿고 의지할 수 있는 소비자 보호 제도 및 인프라 구축·강화

I. 금융소비자 간담회 개최

1. 행사 개요

- '19.4.18(목), 최중구 금융위원장은 그동안 '금융소비자T/F'를 통해 준비하고 관계기관 등과 협의해 온 '금융소비자 보호 종합방안'에 대해 논의하기 위해 '금융소비자 간담회'를 개최

* '국민 체감형 과제'를 발굴하기 위해 시민단체 등의 민간 전문가들이 참여하는 「금융소비자 T/F(주제 : 사무처장)」 구성·운영('18.12월~'19.3월)
→ Bottom-up 방식으로 소비자 보호 전문가들의 생생한 의견 수렴

< 금융소비자 간담회 개요 >

- ▷ 일시/장소 : '19.4.18(목) 14:00~15:00 / 정부청사 16층 대회의실
- ▷ 참 석 자 :
 - (금융위) 금융위원장(주재), 사무처장, 금융소비자국장
 - (금감원) 금융소비자보호처장, 금융소비자보호총괄국장
 - (금융협회) 은행연합회, 금융투자협회, 생명보험협회, 손해보험협회, 여신금융협회, 저축은행중앙회 각 회장
 - (연구원 등) 한국금융연구원, 보험연구원, 자본시장연구원 각 원장, 한국금융투자자보호재단 이사장
 - (소비자T/F) 최미수 서울디지털대 교수, 조윤미 C&I소비자연구소 대표
- ▷ 논의 안건 : '금융소비자 보호 종합방안' 관련 의견 교환

2. 금융위원장 말씀 요지

- 그동안 정부와 금융회사는 소비자 보호를 위해 다양한 노력을 해 왔으나, 일반 국민들은 금융소비자 보호 수준이 매우 낮다고 인식하고 있음

* 금융소비자 보호에 대한 국민인식조사('18.12월, 한국갤럽) 결과 :
정부는 기대한 수준의 역할을 제대로 하지 못하고 있다(43.9%), 서비스가 불합리·불만족스럽다(30.4%), 금융회사를 신뢰하지 않는다(62.6%)

□ 금융소비자의 불신은 금융산업의 건전한 성장을 저해하고, 금융시스템의 안정을 훼손할 우려가 있는 만큼,

○ 제대로 된 금융소비자 보호를 위해 '법적·제도적 기반' 구축과 '현장에서의 업무 관행·서비스 개선'을 병행 추진해 나갈 필요

□ '금융소비자 보호 종합방안'은 이 중 '현장에서의 업무 관행·서비스 개선'에 주로 초점을 두고 '소비자-금융회사-금융당국-보호인프라' 등 4대분야를 중심으로 세부과제를 마련

❶ 소비자들은 보다 “안심하고 편리하게” 금융서비스를 이용할 수 있도록 적극 지원

❷ 금융회사도 영업 과정에서 수익성만이 아니라, “소비자 이익을 함께 증시”하도록 유도

❸ 소비자를 “보다 두텁게 보호”할 수 있도록 금융감독 방식도 대폭 개선

❹ 소비자가 “믿고 기댈 수 있도록” 보호 인프라도 적극 조성

□ 금융소비자 보호 관련 '법적·제도적 기반'을 구축하기 위해서는 「금융소비자보호법」이 조속히 제정될 필요

○ 개별 금융법에 산재되어 있는 소비자 보호 관련 규제를 통일적으로 규율함으로써 규제 사각지대 해소 및 형평성 제고

○ 청약철회권, 판매제한명령권, 위법계약해지권 등 소비자의 법적 권리를 보장하는 제도를 새롭게 도입

□ 한편, '종합방안'을 통해 발표하는 과제들이 현장에 빠르게 안착할 수 있도록 속도감있고 일관되게 추진하는 가운데,

○ 앞으로도 소비자 친화적·맞춤형 과제를 지속 발굴해 나갈 예정

II. 「금융소비자 보호 종합방안」 주요 내용

분야 1 금융소비자 체감형 서비스 강화 및 관행 개선

I-1 현장 체감형 금융거래 편의성 제고

① 소비자 권익 보호 차원에서 금융회사의 정보제공 서비스 강화

❶ 금리인하 요구권 행사 요건, 보험 보장범위 등 소비자가 숙지해야 할 핵심 사항은 금융회사가 주기적(예. 매년) 고지 또는 안내

❷ 장기(1년 이상) 미사용 계좌 발생시 거래중지전에 '거래중지 예정 안내'를 확대 시행하여 사용의사가 있는 계좌의 거래중지 예방

② 소비자 불편을 초래하는 불합리한 관행 개선

❶ 대포통장 방지 등을 위해 계좌 개설후 20영업일 이내에 새로운 계좌개설에 대해 불합리하게 거절하는 관행을 개선

❷ 가입 상품과 무관한 특약도 포함된 불필요하게 과도한 분량의 약관 제공 관행 개선 → 관련 약관만 제공하여 소비자 이해·편의 도모

③ 소비자 호응이 높은 지점방문 예약제, 탄력점포 등을 적극 확대

❶ 고객의 대기시간을 최소화하도록 지점방문 예약제, 모바일 번호표, 지능형 순번기* 등 소비자 편의를 위한 제도 지속 확대

* 내방한 고객이 대기표를 뽑고, 차례가 다가오면 문자메시지 등으로 안내

❷ 오피스·상가 등을 중심으로 은행 탄력점포를 지속 증대*

* ('17년) 673개 → ('18년) 733개 [60개·8.9% ↑] → ('19년) 986개 [253개·34.5% ↑]

④ 소비자의 지점 방문 수고 최소화를 위해 비대면 서비스 확대

❶ 연금보험 등을 지점 방문없이 온라인·유선으로도 청구할 수 있도록 청구방식을 쏠보협사에 확대 추진

❷ 카드 이용과 관련한 고객 문의·요청사항이 편리하고 신속하게 처리되도록 챗봇 서비스를 쏠카드사로 확대·시행

⑤ 고객의 서류제출 부담 최소화

- ① 자동차보험 보상후 상해보험금 청구시 개인정보 보호에 저촉되지 않는 범위에서 보험사가 교통사고 처리 내역서를 직접 조회
- ② 전세대출이 있는 소비자의 신용카드 발급시 전세계약서 등 증빙서류를 소비자가 제출하지 않고 카드사가 직접 확인
- ③ 금융회사가 소비자 동의 하에 공공기관에 직접 조회가능한 서류범위 지속 확대

I-2 비대면 금융거래 맞춤형 소비자 보호 강화

- ① 인터넷·모바일에서도 소비자가 상품내용을 숙지할 수 있도록 행태경제학 기제 등을 활용하여 홈페이지 등 시스템 대폭 개편
- ② 금융회사의 불합리한 개인정보 수집·관행에 대해 개선 지도
 - ① 보험금·대출한도 등의 단순 추정을 위한 개인정보 수집을 최소화하고, 마케팅 목적의 개인정보 수집화면과 분리
 - ② 개인정보 수집·이용 동의 화면은 기본적으로 '부동의'로 설정하고, 개인정보 보유·이용기간도 원칙적으로 日·月·年 단위로 명확화
 - ③ 금융거래 전반(온-오프라인)에 대해서 “알고하는” 개인정보 활용 동의가 이루어지도록 제도 개선 추진
- ③ 소비자가 상품내용을 명확하게 이해하도록 TM 설명 방식·내용 등을 소비자 친화적으로 개선(업권별 TM판매 가이드라인 마련)
 - ① “업계 최저”, “무조건” 등 극단적이거나 과장된 단어 사용 금지
 - ② 설명 강도·속도 등을 소비자에 불리하게 운영 금지
* 예) 소비자에 불리한 내용의 경우 높은 강도 또는 느린 속도로 설명 등
 - ③ 개인정보 관련 안내(예. 취득 경로, 개인정보 사용동의 해제 방식 등)
 - ④ 기타 소비자에 불리하거나, 불명확한 설명 방식 등 개선

I-3 고령층·장애인 맞춤형 서비스 개발·제공

- ① 고령층·장애인과 접촉 가능성 등이 높은 주민센터를 활용하여 휴면재산 찾기 서비스*를 안내 및 신청 대행
* 휴면에금찾아줌(서민금융진흥원), 내보험찾아줌(생명보험협회·손해보험협회)
 - 지방자치단체 사회복지 공무원을 통해 휴면재산(예금·보험금) 조회신청서와 지급신청서를 접수받아 진흥원과 협회에 일괄 송부
 - 신청인의 휴면재산(휴면예금, 미청구보험금·휴면보험금)이 확인된 경우 지급신청서에 기재된 신청인 계좌로 직접 지급
- ② 고령층이 금융상품 가입시 희망하는 경우 지정인(가족 등)에게 휴대폰 문자메시지(SMS)로 “계약사실”을 안내
 - 65세 이상을 대상으로 금융상품* 계약사실을 알림으로써 지정인이 상품 가입 적정성을 다시 확인·판단하여 필요시 철회권 행사 가능
* 대상상품: 보험상품과 금융투자상품 중 펀드·신탁·ELS 등
- ③ 장애인에 대한 불합리한 금융이용 제한 관행 개선
 - ① 신용카드는 본인이 신청하여야 하나, 신청서 작성·서명이 어려운 장애인 등은 대체수단(음성·화상통화 등)을 통한 카드신청 허용
 - ② 피후견인의 명의도용 피해 방지 및 금융이용 제한 관행 해소
 - 법원의 ‘성년후견 정보’를 금융회사에 공유함으로써 피후견인의 명의도용 대출피해 사전 방지

[국민피해사례] 성년후견 판정을 받은 지적장애인은 독자적으로 대출이 불가능함에도 금융회사가 성년후견 정보를 확인할 수 없어 명의도용 대출 발생

- 후견종류별 1) 독자적 금융업무처리가 가능한 경우, 2) 후견인 동의를 받아야하는 경우, 3) 독자적 금융업무 처리가 불가능한 경우를 명확히 하여 창구에서 혼란 해소

[국민불편사례] 특정후견을 받은 지적3급 장애인의 경우 독자적인 금융거래에 제한이 없음에도, 직접 체크카드 발급을 신청하였으나 거절

④ 금융회사 및 금융기기 접근 편의성 제고

- ① 은행 지점 경사로 이동 등에 도움이 필요한 경우 직원을 호출할 수 있도록 건물 정면(입구) 등에 '도움 벨'(Help Bell) 설치
 - ② 은행 업무처리 후 대기시간 최소화를 위해 업무처리 중간에 종료 예정 시간을 안내하고, 요청시 '콜택시 예약 대행' 서비스 제공
 - ③ 휠체어 이용자, 시각·청각 장애인 등의 원활한 ATM 사용을 위해 장애인용 ATM* 보급 확대('18.9월말) 93.7% → ('21년) 100% 목표)
- * 점자표시, 화면확대표시, 이어폰잭·휠체어용 공간 등이 갖춰진 ATM
- ④ 업권 특성 및 취약계층 비중에 따라, 은행 지점은 고령층·장애인 전용 창구를, 보험권 서비스센터는 전담직원 배치를 지속 확대

I-4 소비자 친화적으로 상품설명서 개선

※ 보험약관 개편작업은 금융당국·보험업권·협회를 중심으로 既 추진중('19.2월~)

- ① 이해하기 쉽도록 상품설명서를 소비자 친화적으로 개편
 - 상품설명서상 어려운 용어·문장을 쉽게 개편하고, 소비자가 이해하기 쉬운 그림·표·FAQ 등을 적절히 사용·구성
 - 상품설명서의 분량과 폰트(리스크 등 반드시 알아야 할 사항은 '붉고 진하게' 표시 등) 등에 대해서도 가이드라인 제시
- ② 소비자가 알아야 할 핵심·필수정보가 누락되지 않도록 관리 강화
 - 상품설명서의 첫장은 상품별(투자·보장·대출성 등) 법정 의무 설명사항* 등 핵심·필수정보 중심으로 구성되도록 전면 개편

* 예) 원금손실 리스크, 투자수수료, 사업비 공제, 기한이익 상실 사유 등
- ③ 일부에만 도입 중인 '핵심상품설명서'를 단계적으로 확대하고,
 - * '18.9월말 현재 24,078건의 상품설명서 중 핵심상품설명서는 538개로 2.2% 수준 → '20년말까지 5%, '22년말까지 10%로 확대
 - 소비자가 쉽게 접하고 이해할 수 있도록 만화로 작성하는 방안 검토·추진

분야 2 금융회사내 소비자 보호 체계기능 강화

II-1 금융회사 내부관리 강화

- ① '금융소비자보호협의회' 의장을 원칙적으로 CEO가 맡고 동 협의회가 상품 출시 前 소비자 영향분석, 광고 심의결과 보고 등 추가 수행
 - * 예) 금융소비자보호 실태평가 결과 종합평가등급이 1등급인 회사, 임원급의 CCO를 별도선임한 회사(종합등급이 낮은 경우 제외) 등에 대해서는 예외 인정
- ② 일정 자산규모 이상 또는 민원건수가 권역내 2% 이상인 회사는 준법감시인과 별도의 CCO 임명
 - ※ 예) 동 기준을 위반한 경우 금융소비자보호 실태평가지 최하등급 부여
- ③ CCO·소비자보호부서 기능 내실화 → 소비자 보호 관련 내규 위반 및 중대한 소비자 피해 우려시 임점조사권 등 조사기능 강화
- ④ 향후 CCO의 역할이나 자격요건, 책임 등을 법령('지배구조법' 또는 '금융소비자보호법')에 반영하여 제도화하는 방안 검토·추진

II-2 핵심성과지표(KPI) 개편 유도

- ① 금융소비자 보호 실태평가지 KPI 중 소비자관련 항목 비중·구성 등을 평가하고 우수 사례에 가점 부여(예. 1~5%)
- ② 과도한 판매 인센티브 등 소비자 피해 우려가 높은 KPI 개선 유도
 - 과도한 성과주의 KPI를 운영하는 금융회사에 대해 집중적으로 미스터리 쇼핑을 실시하고, 필요시 소비자 보호 부문 검사 실시
- ③ 「금융소비자보호 모범기준」 상 소비자보호 KPI 항목의 반영 비중, 부적합한 판매 인센티브 구조 등을 명시하는 방안 검토

II-3 금융상품 판매 체크리스트 도입

- ① 판매직원이 금융상품 판매시 필요한 사항을 누락하지 않도록 전체 진행과정을 점검할 수 있는 체크리스트(Check-list)를 도입
- ② 설명의무 관련 절차 누락 가능성이 높은 보험상품과 금융투자상품(주식·채권 등 제외)에 대해 적용
- ③ 법령상 요구되는 사항(적정성·적합성 원칙, 설명의무 등)과 소비자가 알아야 할 내용(수수료·중도해지 등)을 모두 포함
- ④ 판매직원이 상품판매 이후 체크리스트를 활용하여 절차준수 여부를 점검하고, 점검이 완료된 체크리스트는 계약서류와 함께 보관

II-4 완전판매 사후 모니터링(해피콜) 제도 개선

- ① 보다 많은 소비자를 대상으로 해피콜을 통한 완전판매 확인이 가능하도록 사전 문자알림 및 온라인 방식의 해피콜 도입
 - 해피콜 직전 소비자에게 문자메시지를 발송하여 해피콜 전화 연결 시간 및 전화번호 사전 안내
 - 일정 횟수 이상 수신거부*시 온라인 해피콜(모바일 app, 홈페이지 등)을 통해 소비자가 편리한 시간에 완전판매 여부를 확인토록 개선
- * 예) 現 1일 2회, 최소 5영업일간 통화 연결 시도 → 1일 2회, 3영업일간
- ② 금융투자상품 판매시에도 해피콜 제도를 전면 시행
 - ‘금융투자업계 해피콜 가이드라인’을 제정하여, 해피콜 실시 대상 상품, 완전판매 검증을 위한 질문 등 기준 마련·제공

분야 3 현장밀착형 금융감독 구현

III-1 금융소비자 보호 실태평가 제도 개편

- ① 기존 실태평가 대상 금융회사의 범위를 단계적으로 확대하는 한편, ‘금융소비자중심 경영인증’* 제도 도입
 - * (공정위) 기업활동을 소비자 관점에서 재구성하고 지속적으로 개선하고 있는지 평가하여 ‘소비자중심경영인증’ 부여(금융회사 중에는 NH 등 16개 회사 인증)
- ① ‘19년 대상평가부터는 원칙적으로 전체 은행(시중·지방은행)을, ‘20년도 대상평가부터는 보험업권(보증보험·재보험회사 제외)을 중심으로 평가대상 확대
- ② 非평가대상회사를 위해서는 ‘금융소비자중심 경영인증’ 제도 마련 → 신청에 따른 검증결과가 실태평가의 ‘양호’ 등급 이상시 인증 부여
- ② 평가결과 공개 및 변별력 제고 등을 통해 평가의 실효성 강화
 - ① 종합평가의 문항별 평가결과 등을 개별 금융회사에 통보하여 관련 내규 등 금융회사 소비자보호 인프라의 자발적 개선 유도
 - ② 평가등급의 변별력 확보 등을 위해 각 항목별 평가등급을 기존 3개 등급(양호/보통/미흡)에서 5개 등급(우수/양호/보통/미흡/취약)으로 세분화하고 종합평가 등급 산출
 - ③ 종합평가 결과에 따라 금융당국의 관리·감독 강화
- * 미흡 이하를 받은 사항에 대한 자체 개선계획을 마련하여 금감원에 제출하도록 하고 개선 여부에 대해 미스터리쇼핑 등을 통해 재확인
- ③ ‘소비자 만족도 평가’ 도입 → 취약계층 보호, 판매행위 원칙(적합성·적정성·설명 의무 등) 구현, 광고 관련 인식, 직원 전문성·친절성, 소비자보호 정책 만족도 등을 소비자가 직접 평가

※ 금융회사의 소비자보호 실태평가와 소비자 만족도 평가결과를 Cross-check → 평가모델 개편시 반영

Ⅲ-2 빅데이터를 활용한 금융소비자 보호 감독

- ① 감독 관련 빅데이터를 확충하고, 데이터 추출 및 분석기법 고도화
 - 음성형태 민원을 텍스트화하고, 금융민원외 협회 상품 판매 데이터, 금융 뉴스 및 SNS 정보 등도 통합하여 데이터 확충
 - 민원 등 데이터에 대한 분석(예. 자연어 분석)을 기반으로 스스로 판단·개선이 가능한 수준의 분석시스템 구축
 - ② 빅데이터 분석을 토대로 소비자피해 우려 분야에 대한 선제적 감독
 - 해당 업권·금융기관의 판매 실태, 상품구조 등을 신속하게 점검하고, 필요시 영업행위 지도 등 실시
 - ③ 민원 등 빅데이터 분석, 점검 결과 등을 종합하여 소비자 피해 가능성이 높은 상품에 대해서는 소비자 피해 경보 발령
- * (권익위) 민원 빅데이터 활용, '민원 예보' → 관계기관 조치 등으로 피해 확산 방지
- ④ 빅데이터 기술을 적극 활용하여 소비자가 금융당국에 민원 제기·상담시 충실한 답변과 신속한 정보제공

Ⅲ-3 미스터리쇼핑 강화

- ① 적합성·설명 의무 부과대상 상품(예: 저축성·실손보험, IRP, ISA 등) 위주로 미스터리쇼핑 대상 확대(현재, 집합투자증권, 변액보험 등 4개)
- ② 점증하는 온라인 비대면 거래에 맞춰 온라인 기반조사도 매년 실시
- ③ 인적기준(전문성 등), 내부통제 수준(자체 보안기준 등), 업력 등 업무 위탁기준을 마련하여 역량있는 업체에 미스터리쇼핑 업무 위탁
- ④ 미흡·저조를 받은 금융회사에 대해 필요시 관련 컨설팅 추진

Ⅲ-4 허위·과장 광고 근절

(1) 광고내용에 관한 규제 개선

- ① 소비자에게 부담이 되는 사항은 반드시 광고에 포함토록 하고, 광고시 과장된 문구(과장된 상품명 포함)나 자극적 표현 사용 제한
 - ② 변액보험*·투자상품 등 리스크가 있는 상품에 대한 방송광고시 반드시 포함되어야 하는 정보 위주로 안내 필요사항 현실화*
- * 현재 '지급한도, 면책·감액지급 사항, 적용이율, 약관·상품설명서 일독 권유, 운용성과에 따른 보험금 변동가능성, 보험료 인상/보장내용 변경가능성' 등 너무 많은 내용을 고지중
- 방송광고상 글자크기, 말하는 속도 등을 해외사례를 참고하여 개선
- ③ 홈쇼핑 등 TV 금융광고는 소비자피해 우려가 적은 상품을 제외하고 원칙적으로 사전심의를 거친 녹화방송만 허용

(2) 금융광고에 대한 실효성있는 3층 관리체계 구축

- ① (금융회사) 해당 업권별 협회에 대해 광고 심의를 요청하기 前 소비자 보호총괄책임자(CCO)의 사전검토 및 협의 의무화
- * 소비자 패널을 통해 대출모집인 등 업무를 위탁한 법인·개인들의 광고 모니터링
- ② (금융협회) 협회 공동 '시민감시단'을 구성·운영하여 현장에서의 허위·과장광고 모니터링을 강화하고 은행권 자율규제 도입 검토
- 아울러, 위반회사에 대해서는 제재를 강화(제재금 상향 및 부과 활성화 등)하고, 신규 광고시 집중심의 등 규제 실효성 확보
- ③ (금융당국) 광고심의 체크포인트 및 가이드라인 등을 마련하여 금융회사·협회에 제공하고 별도의 시민감시단 구성·운영
- * 적발시 협회 이첩 또는 금감원에서 직접 조사 실시
- 악의적 불법광고 적발시 징벌적 과징금 등을 통해 엄정 대응

분야 4 소비자 보호를 위한 제도 및 인프라 구축·강화

IV-1 금융소비자보호법 제정 추진

- ① **소금융상품·판매채널 유형 재분류** → **동일기능·동일규제** 원칙 적용
* [상품] 예금·투자·보장·대출성 / [채널] 직접판매업자, 판매대리·중개업자, 자문업자
- ② 일부 적용 중인 **6대 판매행위 원칙***을 원칙적으로 **소금융상품으로 확대**
* 적합성·적정성·설명 의무·불공정영업행위 금지·부당권유행위 금지·광고규제
○ 위법계약 해지권, 징벌적 과징금, 손해배상 입증책임 전환 등 판매원칙 준수를 위한 **실효성 확보** 수단 도입
- ③ **소비자 선택권 확대, 피해방지, 사후구제** 등을 위한 **제도 확대·신설**
○ 소비자에 **일정기간내 계약 철회권**을 부여하여 再考의 기회 보장
○ 금융상품 판매과정에서 **소비자 피해가 예상될** 경우 금융당국이 금융상품의 판매를 금지·제한할 수 있는 **판매제한 명령권** 도입
○ **소송중지, 조정이탈금지** 등을 통해 **분쟁조정제도 실효성** 제고
- ④ ‘**금융교육협의회**’ 등 소비자 보호 인프라 **확충**

IV-2 금융소비자 종합정보포털(FINE) 개편

- ① 이용이 빈번한 **5개 상품***에 대해 거래단계별 핵심정보를 **우선** 제공하고, 점진적으로 **대상상품**(연금저축 등) **확대**
* ① 예·적금, ② 대출, ③ 신용카드, ④ 보험, ⑤ 펀드
- ② 상품 비교 등 **기존 정보 외**, 가입절차·서류, 중도해지시 불이익 등 유의사항, 만기청구·해약 절차 등 **핵심정보** 추가 제공
- ③ **현장소통** 기제를 활용한 의견수렴 및 **소비자 설문조사**를 통해 **개선 idea** 발굴 → **소비자 친화적으로 system** 개선 지속 추진

IV-3 민원·약관 정보공개 확대

- ① **금융민원 공개 확대**(회사·민원인 성명 등 개인식별정보는 삭제)
 - ① **주요 공개대상 민원**(예 : 다수 동일·유사민원, 사회적 파장이 큰 민원 등) 발생시 주기적으로(예, 분기별) **구체적 사례를 Q&A** 형태로 **공개**
 - ② 민원인이 민원을 신청하면서 **민원내용과 처리결과**의 **공개**에 동의한 경우 민원 처리 후 **공개**(이첩민원, 영업상 비밀 등은 제외)
- ② 금감원에 대해 소비자가 **분쟁의 쟁점***이 된 약관 공개 요청시 **금감원 보유 약관 제공** → **약관의 부정변경 여부 확인** 가능
* 소비자가 보유중인 약관과 회사가 소비자에게 사후적으로 제시한 약관이 다르다는 주장이 쟁점이 된 경우

IV-4 금융현장과의 소통 강화 지속 추진

- **현장 소통 강화**(특히, 취약계층 중심)를 통해 **소비자 눈높이에 맞는 현장친화적 과제 발굴 노력** 지속
 - ① 상대적으로 금융 접근성이 제한되거나 의견표출이 쉽지 않은 **금융 취약계층·지역·산업***을 중심으로 **현장방문 실시**(연중 90회 이상)
* 청년재단, 귀농귀촌센터, 은퇴설계센터, 백령도, 사회연대은행, 서울창업허브 등
 - ② 민원발생 비중이 높은 **보험·비은행권**을 중심으로 **금융회사 소비자패널**과의 **정례소통 확대**(‘19년 저축은행·신협도 신규참여 추진)
 - ③ 소비자群별로 **맞춤형 정책수요**를 발굴할 수 있도록 ‘**현장 메신저**’ 구성을 **계층별·연령별**(7개 그룹*, 105명)로 세분화하여 운영
* 소비자단체, 소비자패널, 청년·대학생, 장년층, 시니어, 법인대표, 금융사 직원

III. 향후 추진계획

- 범금융권 참여 TF를 구성하여 同방안 이행에 대한 상시적인 점검을 실시함으로써 전체 과제를 속도감있고 일관되게 추진
 - ⇒ 동 종합방안의 개별 세부 추진과제에 대해 TF 등을 활용하여 구체적인 세부 추진방안을 시리즈 형식으로 발표 예정('19.5월~)
- 아울러, 5월 이후 부터 종합방안 과제들의 추진실태 등을 확인하기 위해 금융위원장 등이 현장 점검 예정
 - * 예) 은행 지점방문 예약제 이용 및 탄력점포 방문, 고령층·장애인 편의시설 이용, 일일 명예 현장소통반원 활동 등
- 현장에서 종합방안 이행 관련 의견, 추가 개선필요 과제 등을 청취하고 금융회사 직원들을 격려할 예정
- 앞으로도 '소비자 친화적·맞춤형' 신규 과제들을 지속 발굴·개선 추진
 - '범금융권 참여 TF' 및 금융당국·회사의 현장 기제(현장소통반, 금융소비자리포터, 소비자패널 등)를 적극 활용하여 의견 수렴

별첨 1. 금융위원장 말씀 자료

2. 금융소비자 보호 종합방안

| | | | |
|--|---|-------------------------------|---|
|  공공누리 공공저작물 자유이용허락 |  출처를 표기해 주십시오. http://www.fsc.go.kr | 금융위원회 대 변 인 prfsc@korea.kr |  남게 하겠습니다 바르게 알려드립니다 |
|--|---|-------------------------------|---|

“혁신금융, 더 많은 기회 함께하는 성장”