

온라인 설명의무 가이드라인

[파트 1] 금융상품 설명화면 구성

- 원칙1. 금융상품의 중요한 사항을 금융소비자가 명확하게 인식할 수 있도록 제시한다 1
- 원칙2. 금융소비자에게 불이익이 발생할 수 있는 사항과 권리사항을 강조하여 표시한다 3
- 원칙3. 금융소비자가 쉽게 이해할 수 있도록 화면을 구성한다 5

[파트 2] 금융소비자의 이해 지원

- 원칙4. 금융소비자를 위한 상담채널의 접근성과 편의성을 제고한다 .. 8
- 원칙5. 금융소비자에게 정보탐색 도구를 제공한다 10

[파트 3] 금융소비자의 이해여부 확인

- 원칙6. 금융소비자가 설명화면을 충분히 읽을 수 있도록 화면을 구성한다 12
- 원칙7. 금융상품에 대한 설명 이해여부 확인방식의 실효성을 제고한다 .. 14

[주요 질의 · 답변]

파트 1. 금융상품 설명화면 구성

원칙 ① 금융상품의 중요한 사항을 금융소비자가 명확하게 인식할 수 있도록 제시한다.

1. 원칙의 내용

- ☐ 금융상품판매업자들은 금융소비자가 금융소비자보호법 제19조제1항에 따른 금융상품의 중요한 사항을 명확하게 인식할 수 있도록 제시합니다.
 - 금융소비자가 금융상품의 중요한 사항을 설명받고 있다고 인식할 수 있도록 화면에 명확하게 표시합니다.
 - 금융소비자의 합리적인 금융상품 구매결정에 도움이 되는 사항을 우선하여 제공합니다.

2. 원칙의 필요성

- ☐ 금융소비자가 온라인 화면에서 인식하는 금융상품에 관한 정보가 금융소비자보호법에 따른 중요한 정보인지 명확하게 인식하기 어렵습니다.
- ☐ 금융소비자보호법상 설명의무는 중요한 사항을 설명하도록 규정하고 있을 뿐 설명할 내용의 우선순위에 대해서는 별도 규제가 없습니다.
 - 특히, 대면거래의 경우 금융소비자가 실시간 대화를 통해 설명 듣고자 하는 사항을 선택할 수 있으나, 온라인 환경에서는 불가능합니다.

3. 원칙 준수방안

- ☐ 금융상품판매업자들은 온라인 화면에서 보는 금융상품에 관한 정보가 금융소비자보호법 제19조제1항에서 규정하고 있는 중요한 사항이라는 것을 명확하게 표시합니다.

- 금융소비자보호법상 중요한 사항이라는 점을 금융상품 설명화면에 명시합니다.

□ 금융상품판매업자등은 금융소비자보호법 제19조제1항1호 각 목에서 명시한 금융상품 유형별 중요한 사항을 우선하여 설명합니다.

- 금융상품 유형별 우선하여 설명하여야 하는 중요한 사항은 다음과 같습니다.

- 보장성 상품 : 보험료, 보험금 지급제한 사유 및 지급절차, 위험보장의 범위
- 투자성 상품 : 투자대상, 투자에 따른 위험, 위험등급, 수수료
- 대출성 상품 : 금리 및 변동여부, 중도상환수수료, 상환금액·이자율·시기, 담보물에 관한 사항, 금융소비자 부담금액
- 예금성 상품 : 이자율, 수익률

※ 금융상품별 특성에 따른 유사항목으로 대체하여 설명할 수 있습니다.

예) 신용카드 : 연회비, 이용한도, 연체금리, 주된 혜택

원칙 ② 금융소비자에게 불이익이 발생할 수 있는 사항과 권리사항을 강조하여 표시한다.

1. 원칙의 내용

- ☐ 금융상품판매업자들은 금융상품 계약 체결 후 금융소비자에게 불이익이 발생할 수 있는 사항과 법에 따라 금융소비자가 행사할 수 있는 권리를 강조하여 표시합니다.

2. 원칙의 필요성

- ☐ 금융소비자보호법상 금융소비자에게 불이익이 발생할 수 있는 사항에 대해서는 금융상품 설명화면 등에서는 작게 또는 마지막 부분에 표시되어 있는 경우가 있습니다.
- ☐ 금융소비자보호법상 신설된 청약철회권, 위법계약해지권 등이 대면 판매에서는 금융소비자에게 직접 설명되지만, 온라인에서 해당 권리 내용이 별도 안내되지 않는 경우 금융소비자가 인식하기 어려울 수 있습니다.

3. 원칙 준수방안

- ☐ 금융상품판매업자들은 금융상품별로 금융소비자에게 불이익이 발생할 수 있는 사항*과 금융소비자권리에 관한 사항은 온라인에서 금융소비자가 인지하기 쉽게 강조**하여 표시합니다.

* 금융소비자에게 불이익이 발생할 수 있는 사항의 예시

보장성 상품 : 보험료 미납, 고지의무, 통지의무 위반에 따른 불이익, 중도 해약에 따른 불이익 등

투자성 상품 : 계약 변경 또는 해지(환매)로 발생하는 불이익(수수료 등), 계약 변경 또는 해지 처리 소요일(영업일 기준), 손실 발생 가능성(원금전액손실가능 등) 등

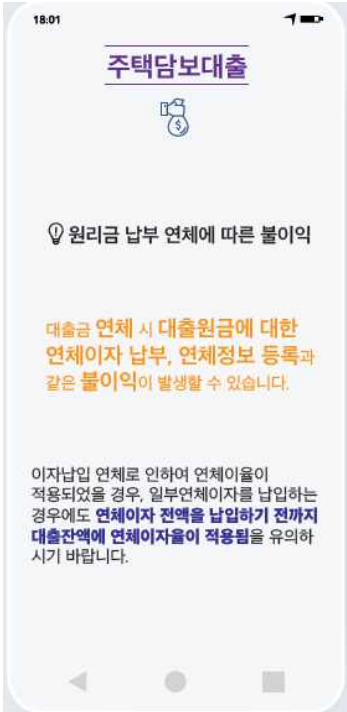
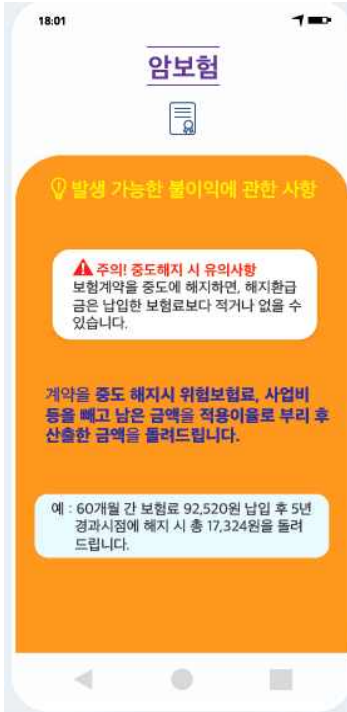
대출성 상품 : 부수거래 등 실적 미충족에 따른 금리감면 및 연계혜택 등 변경, 연체 기간에 따른 누적적 불이익, 중도 해지에 따른 불이익 등

예금성 상품 : 중도 해지에 따른 불이익, 금리변동가능성 등

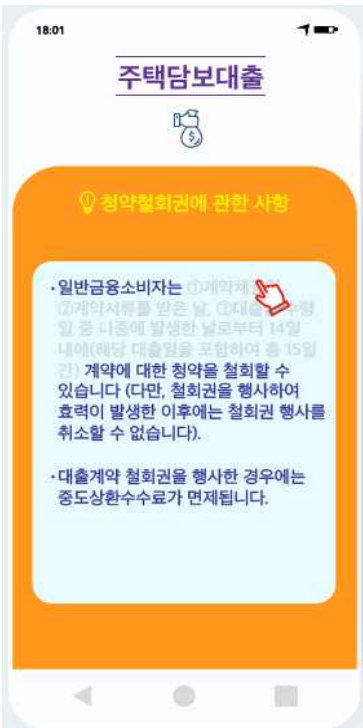
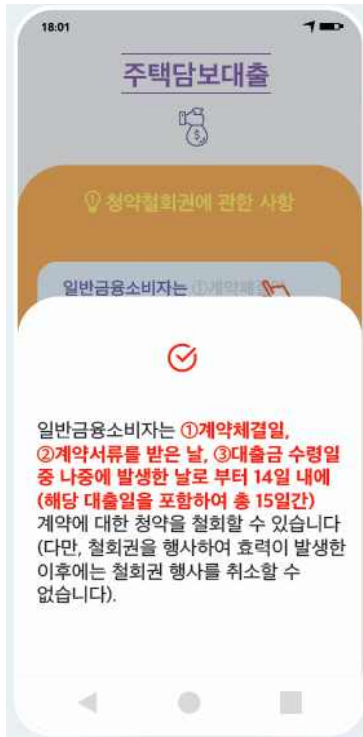
** 예) 다른 글자색과 보색관계에 있는 색을 사용하여 표시, 텍스트 콘텐츠와 배경 간 명도 대비, 별도 확인창 팝업 등

4. 적용사례

※ 적용사례는 참고예시일 뿐이며, 온라인 판매여건·금융상품 등을 종합적으로 고려하여 다양한 화면구성 방법을 활용할 수 있습니다.

사례 1	사례 2
	
글자색을 달리하거나, 글자크기를 확대	텍스트 콘텐츠와 배경 간 명도 대비

사례 3

	→	
클릭 후, 별도 확인창 팝업		

원칙 ③ 금융소비자가 쉽게 이해할 수 있도록 화면을 구성한다.

1. 원칙의 내용

- ☐ 금융상품판매업자들은 금융소비자가 금융상품의 중요사항을 쉽게 이해할 수 있도록 금융상품 설명화면을 구성합니다.

2. 원칙의 필요성

- ☐ 온라인 금융거래 시 PC나 모바일 기기가 활용되고 있는데, 화면구성이 기기 화면에 적합하지 않으면 금융소비자가 금융상품에 대한 정보를 읽는 데에 어려움이 발생할 수 있습니다.
- ☐ 텍스트 중심으로 구성된 설명화면은 금융소비자가 해당 내용을 이해하기 어려운 점*이 있습니다.

* 설문조사 등의 결과에 비추어 보면 금융상품설명서의 내용이 너무 많아서 읽기 어려울 뿐만 아니라 이해하기 어렵다는 응답이 많음

3. 원칙 준수방안

- ☐ 금융상품판매업자들은 PC 또는 모바일 기기(태블릿, 스마트폰 등)의 화면 크기를 고려하여 금융상품 설명화면을 구성*합니다.

* 예 ①) 설명화면이 다수의 페이지로 구성될 경우, 페이지별 적절한 제목과 진행단계를 표시하여 금융소비자가 쉽게 따라가면서 읽을 수 있도록 함

예 ②) 글꼴 크기 확대, 화면 확대 설정 등의 기능을 제공

- 온라인 판매채널에서 상품설명서를 단순 게시하거나 파일을 다운로드 하는 방법으로만 설명의무를 이행하는 것은 지양합니다.



- ☐ 금융상품 설명화면에 텍스트 뿐만 아니라 그림 및 그래프 등을 포함하거나 보완자료를 제공하는 방식 등*을 활용할 수 있습니다.

* 예) 투자성 상품 위험등급을 색깔, 숫자를 이용하여 표시할 경우, 초록(낮은 위험)-빨강(높은 위험) 배합과 숫자가 작을수록 위험도가 높은 방식을 소비자가 선호하는 것으로 나타남

4. 적용사례

※ 적용사례는 참고예시일 뿐이며, 온라인 판매여건·금융상품 등을 종합적으로 고려하여 다양한 화면구성 방법을 활용할 수 있습니다.

사례 1	사례 2
	
위험등급 표시(색깔, 숫자, 그림 활용)	보험상품 주요특징 안내(아이콘 이용)

사례 3	사례 4
	
청약철회 행사기간 안내(표 활용)	지급사유별 금액 안내(표, 그림 활용)



페이지별 제목과 진행단계 표시(개선 전)

페이지별 제목과 진행단계 표시(개선 후)

파트 2. 금융소비자의 이해 지원

원칙 ④ 금융소비자를 위한 상담채널의 접근성과 편의성을 제고한다.

1. 원칙의 내용

- ☐ 금융상품판매업자들은 금융소비자가 금융상품 및 금융소비자권리 등에 대한 궁금한 사항을 시의적절하게 해소할 수 있도록 상담채널의 접근성 및 편의성을 제고합니다.

2. 원칙의 필요성

- ☐ 금융상품판매업자들의 상담채널이 금융소비자가 조회하고 있는 금융상품 설명단계 등과 연계되지 않는 경우, 금융소비자가 편리하고 시의적절하게 상담채널의 도움을 받기 어렵습니다.

3. 원칙 준수방안

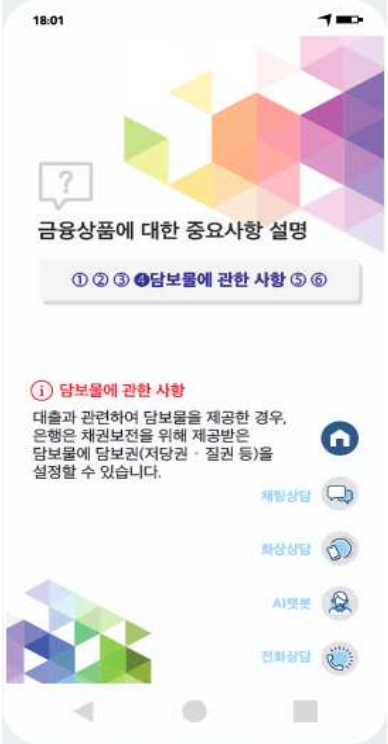
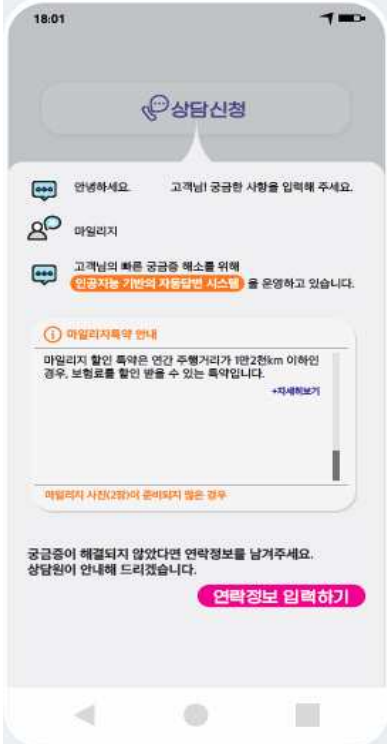
- ☐ 금융상품판매업자들은 금융소비자의 이용 목적, 설명단계 등을 고려한 온라인 상담채널 설계*를 통해 온라인상 상담채널의 접근성과 편의성을 제고합니다.

* 예) 온라인상 금융소비자가 조회하는 상품의 설명단계에 맞추어 상담채널을 지원
(설명단계별 주요 FAQ 제공 등)

- 전화 등 직원에게 직접 문의할 수 있는 상담채널의 경우에는 안내 화면이나 배너를 금융소비자가 쉽게 찾을 수 있는 곳에 배치합니다.

4. 적용사례

※ 적용사례는 참고예시일 뿐이며, 온라인 판매여건·금융상품 등을 종합적으로 고려하여 다양한 화면구성 방법을 활용할 수 있습니다.

사례 1	사례 2
 <p>18:01</p> <p>금융상품에 대한 중요사항 설명</p> <p>① ② ③ ④ 담보물에 관한 사항 ⑤ ⑥</p> <p>① 담보물에 관한 사항</p> <p>대출과 관련하여 담보물을 제공한 경우, 은행은 채권보전을 위해 제공받은 담보물에 담보권(저당권·질권 등)을 설정할 수 있습니다.</p> <p>채팅상담</p> <p>확상상담</p> <p>AI로봇</p> <p>전화상담</p>	 <p>18:01</p> <p>상담신청</p> <p>안녕하세요. 고객님! 궁금증 사항을 입력해 주세요.</p> <p>마일리지</p> <p>고객님의 빠른 궁금증 해소를 위해 인공지능 기반의 자동답변 시스템을 운영하고 있습니다.</p> <p>① 마일리지특약 안내</p> <p>마일리지 할인 특약은 연간 주행거리가 1만2천km 이하인 경우, 보험료를 할인 받을 수 있는 특약입니다. +자세히보기</p> <p>마일리지 시간(2장)이 준비되지 않은 경우</p> <p>궁금증이 해결되지 않았다면 연락정보를 남겨주세요. 상담원이 안내해 드리겠습니다.</p> <p>연락정보 입력하기</p>
쉽게 찾을 수 있는 곳에 상담채널 배치	상담신청 배너

원칙 ⑤ 금융소비자에게 정보탐색 도구를 제공한다.

1. 원칙의 내용

- ☐ 금융상품판매업자들은 금융소비자의 금융상품에 관한 설명사항 이해를 돕기 위해 적절한 보조수단을 제공합니다.
- 금융상품판매업자들이 제공하는 금융상품 설명 보조수단은 금융소비자가 쉽고 편리하게 접근하고 이용할 수 있도록 합니다.

2. 원칙의 필요성

- ☐ 금융소비자가 금융상품에 관한 설명내용에 대해서 이해하지 못하는 용어 및 수식 등이 있음에도 적절한 정보탐색도구 등이 제공되지 않아, 이해하지 못했음에도 불구하고 계약체결을 위해 무시하고 넘어가는 경우가 있습니다.
- ☐ 금융소비자가 외부 검색포털 등을 통해 금융상품에 관한 정보를 직접 탐색하는 경우가 있는데, 해당 금융상품판매업자들의 정보와 직접 탐색한 정보가 다를 경우 금융소비자가 해당 상품에 대해 오인할 수 있습니다.



3. 원칙 준수방안

- ☐ 금융상품판매업자들은 일반적인 금융소비자가 쉽게 이해할 수 있는 알기 쉬운 용어를 사용하고, 금융소비자가 금융상품에 대한 보다 정확한 정보를 탐색할 수 있도록 정보탐색 도구를 온라인 판매채널에서 제공*합니다.

* 예) 금리 및 수수료 등 금융계산기, 금융용어사전, 금융상품별 기초가이드 등을 링크

4. 적용사례

※ 적용사례는 참고예시일 뿐이며, 온라인 판매여건·금융상품 등을 종합적으로 고려하여 다양한 화면구성 방법을 활용할 수 있습니다.

사례 1	사례 2	사례 3
		
금융계산기	금융용어사전	금융상품별 기초가이드

파트 3. 금융소비자의 이해여부 확인

원칙 ⑥ 금융소비자가 설명화면을 충분히 읽을 수 있도록 화면을 구성한다.

1. 원칙의 내용

- ☐ 금융상품판매업자들은 금융소비자가 금융상품 설명화면을 충분히 읽을 수 있는 환경을 구축합니다.
 - 금융소비자가 단순 스크롤만으로 설명화면을 건너뛸 수 있는 방식 등은 지양합니다.

2. 원칙의 필요성

- ☐ 온라인 거래시 금융소비자는 금융상품 설명화면을 충분히 읽지 않고도 계약체결 단계로 바로 진입할 수 있습니다.
 - 아울러 온라인 상에서 금융소비자가 설명내용을 인지 및 이해할 수 있는 시간을 확보하도록 하는 장치가 부족합니다.


3. 원칙 준수방안

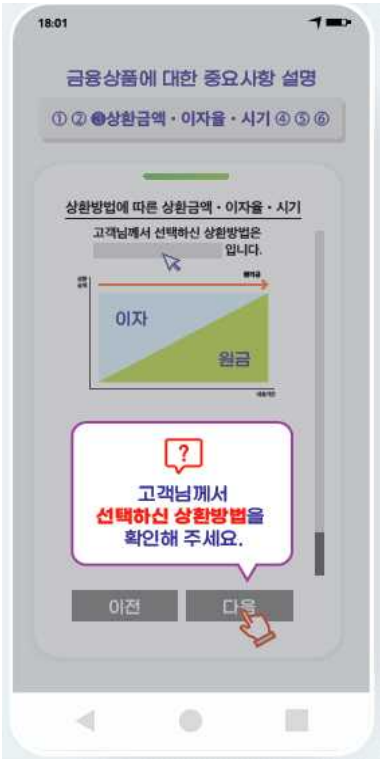
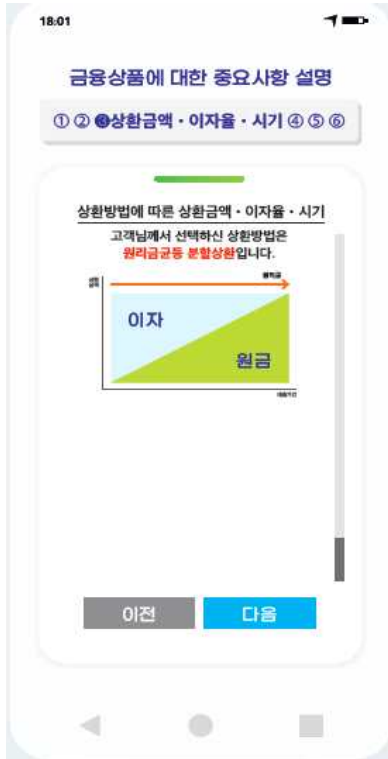
- ☐ 금융상품판매업자들은 온라인상 금융소비자가 설명화면을 읽지 않고 계약체결 단계로 진입하는 행태를 방지할 수 있는 화면을 구성*합니다.

* 예) 설명화면 건너뛰기 방지, 일정시간 경과 후 다음버튼 활성화, 설명화면 중간체크 방식 등

4. 적용사례

※ 적용사례는 참고예시일 뿐이며, 온라인 판매여건·금융상품 등을 종합적으로 고려하여 다양한 화면구성 방법을 활용할 수 있습니다.

사례 1	사례 2
 <p>18:01</p> <p>금융상품에 대한 중요사항 설명</p> <p>① ② ●상환금액·이자율·시기 ④ ⑤ ⑥</p> <p>① 안내</p> <p>금융상품에 대한 중요사항② 항목을 확인해 주세요</p> <p>확인</p>	 <p>18:01</p> <p>금융상품에 대한 중요사항 설명</p> <p>① ●중도상환수수료 ③ ④ ⑤ ⑥</p> <p>중도상환수수료</p> <p>○중도수수료 부과여부 <input type="checkbox"/> 대상 <input type="checkbox"/> 비대상</p> <p>아래로 내리면서 중요사항 확인</p> <p>이전 다음</p>
설명화면 건너뛰기 방지	일정시간 경과 후 다음 버튼 활성화

사례 3	
 <p>18:01</p> <p>금융상품에 대한 중요사항 설명</p> <p>① ② ●상환금액·이자율·시기 ④ ⑤ ⑥</p> <p>상환방법에 따른 상환금액·이자율·시기</p> <p>고객님께서 선택하신 상환방법은 입니다.</p> <p>이자 원금</p> <p>고객님께서 선택하신 상환방법을 확인해 주세요.</p> <p>이전 다음</p>	 <p>18:01</p> <p>금융상품에 대한 중요사항 설명</p> <p>① ② ●상환금액·이자율·시기 ④ ⑤ ⑥</p> <p>상환방법에 따른 상환금액·이자율·시기</p> <p>고객님께서 선택하신 상환방법은 원리금균등 분할상환입니다.</p> <p>이자 원금</p> <p>이전 다음</p>
설명화면 중간 체크 방식	

원칙 ⑦ 금융상품에 대한 설명 이해여부 확인방식의 실효성을 제고한다.

1. 원칙의 내용

- ☐ 금융상품판매업자들은 금융소비자가 금융상품의 중요한 사항을 이해하였는지를 실효성 있게 확인합니다.

2. 원칙의 필요성

- ☐ 금융소비자보호법상 설명의무는 중요한 사항 설명, 설명한 사항에 대한 이해 여부 확인으로 이루어지며,
 - 금융소비자가 중요한 사항에 대해 충분한 이해없이 확인하는 경우 금융소비자에게 불리하게 작용할 수 있습니다.

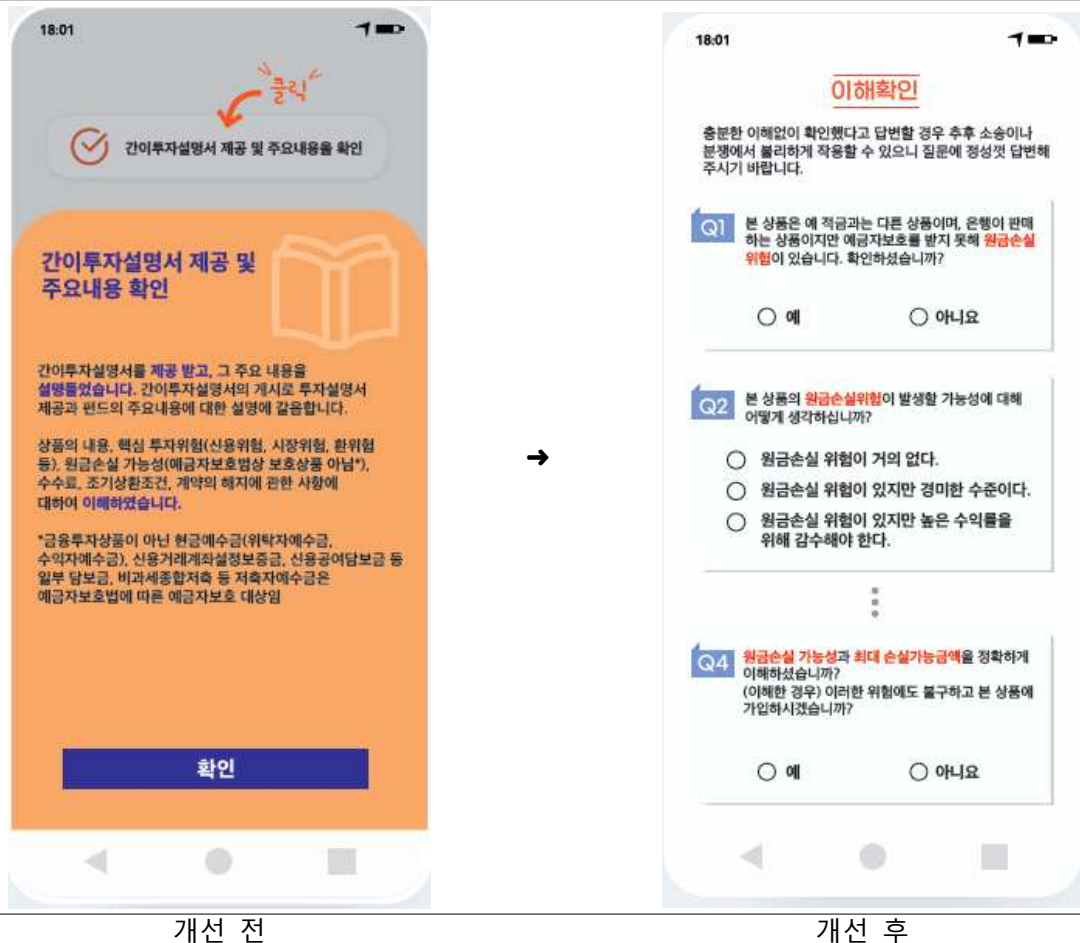
3. 원칙 준수방안

- ☐ 금융상품판매업자들은 온라인 판매채널에서 금융소비자가 중요한 사항에 대한 설명을 이해하였는지 여부를 독립적인 화면에서 확인할 수 있도록 다른 화면과 분리합니다.
 - 중요사항 이해여부 확인 과정에서 “금융소비자가 충분한 이해없이 확인했다고 답변할 경우 추후 소송이나 분쟁에서 소비자에게 불리하게 작용할 수 있다”는 점에 대해 강조합니다.
- ☐ “예/아니오”로 답변이 가능한 질문을 통해 금융소비자의 이해여부를 확인시 “예”를 기본값으로 설정하는 것을 지양합니다.

4. 적용사례

※ 적용사례는 참고예시일 뿐이며, 온라인 판매여건·금융상품 등을 종합적으로 고려하여 다양한 화면구성 방법을 활용할 수 있습니다.

사례 1



주요 질의 · 답변

1. '21.7월에 발표된 '금융상품 설명의무의 합리적 이행을 위한 가이드라인'과 '온라인 설명의무 가이드라인'의 관계는?

- ☐ 금융당국은 현장의 설명의무 이행실태를 점검하고, 영업관행 개선이 필요한 사항에 대해 '금융상품 설명의무의 합리적 이행을 위한 가이드라인'을 마련('21.7월)하였으며,
 - 동 가이드라인의 실효성 확보를 위해, 우선 온라인 판매과정에서의 효과적인 설명의무 이행방안으로 '온라인 설명의무 가이드라인'을 마련하였습니다.
- ☐ 따라서, '21.7월에 발표된 '금융상품 설명의무의 합리적 이행을 위한 가이드라인'은 대면, 온라인 등 모든 판매경로에 적용되는 것이며,
 - '온라인 설명의무 가이드라인'은 설명의무의 합리적 이행을 위해 온라인 판매의 특성을 고려하여 추가적으로 적용되는 것입니다.

2. 온라인 판매과정 중 화상으로 금융상품 중요사항을 설명하는 경우 '온라인 설명의무 가이드라인'을 적용하여야 하는지?

- ☐ '온라인 설명의무 가이드라인'은 원칙적으로 전자적 장치를 이용한 자동화 방식을 통해서만 금융상품을 판매하는 거래에 적용됩니다.
 - 따라서, 금융상품판매업자등의 임직원이 화상으로 직접 금융소비자 보호법 제19조에 따른 설명의무를 이행하는 경우, '온라인 설명의무 가이드라인'을 적용할 필요는 없습니다.

3. 원칙 1의 준수방안에서 열거된 ‘우선하여 설명하여야 하는 중요한 사항’에 ‘금융소비자에게 중요’하다고 판단되는 사항을 포함하여 설명할 수 있는지?

- ☐ 원칙 1의 준수방안에 열거된 ‘우선하여 설명하여야 하는 중요한 사항’은 온라인 설명의무 이행시 먼저 설명이 이루어져야 하는 사항입니다.
- 이외의 사항 중 자체 기준 등에 따라 ‘금융소비자에게 중요’하다고 판단하는 사항*이 있는 경우에는 ‘우선하여 설명하여야 하는 중요한 사항’에 포함하여 설명할 수 있습니다.

* 민원빈발 사항 등

4. 원칙 1에 따른 ‘우선하여 설명하여야 하는 중요한 사항’ 이외의 사항에 대해, 설명사항과 상품설명서의 위치를 알리는 방법으로 온라인 설명의무를 이행할 수 있는지?

- ☐ 온라인 매체의 특성 상, 금융상품 중요사항을 모두 화면으로 제공할 경우, 금융소비자의 이해도 제고에 오히려 역효과가 발생할 수도 있습니다.
- ☐ 원칙 1에 따른 ‘우선하여 설명하여야 하는 중요한 사항’ 이외의 사항 중 일부는 요약하여 화면으로 제공하고,
 - 구체적인 내용이 기재된 상품설명서의 위치를 안내하는 방법으로 설명의무를 이행할 수 있습니다.
 - 이 경우, 해당 설명사항에 대한 이해여부는 다른 설명사항 이해여부와 함께 확인할 수 있습니다.

5. 원칙 2에 따른 금융소비자권리에 관한 사항의 구체적인 예시는?

- ☐ 원칙 2에 따른 금융소비자권리에 관한 사항은 청약철회권, 위법계약해지권 등을 의미합니다.
- 청약철회권 같이 특정 금융상품에 해당하는 사항은 금융상품 설명 화면에 행사방법 등을 표시하고,
- 위법계약해지권 등과 같이 일반적인 권리인 경우에는 금융상품 설명화면에서 설명하거나 해당 정보에 접근할 수 있는 링크를 제공하는 방식으로 원칙 2를 이행할 수 있습니다.

6. 원칙 5에 따라 금융소비자에게 제공하는 정보탐색 도구에 금융상품 유형별로 구체적인 기준이 있는지?

- ☐ 원칙 5에 따른 정보탐색 도구는 금융소비자가 쉽게 이용할 수 있도록 금융상품별 특성에 맞게 시의적절하게 제공되는 것이 필요합니다.
- 예를 들어, 대출상품의 경우 월 이자납입액 및 총 이자액 등이 자동적으로 산출되는 방식으로 금리계산기를 제공하는 것이 바람직합니다.

7. 원칙 6에서 제시하고 있는 ‘일정 시간 이후 다음 버튼 활성화’ 방법에서 ‘일정 시간’에 대해 정해진 기준이 있는지?

- ☐ 원칙 6의 준수방안 및 적용사례에서 제시하고 있는 ‘일정시간 경과 후 다음 버튼 활성화’는 금융소비자가 금융상품 설명화면을 충분히 읽을 수 있는 화면의 예시를 제공하는 것으로서,
 - 구체적인 이행방법은 원칙 6의 취지 내에서 개별 금융회사가 자율적으로 운영할 수 있습니다.

8. 원칙 7에 따라 설명 이해여부를 독립적인 화면으로 구성시 시각적인 효과로만 구분(예 : 구분선 삽입, 음영색 변경 등)해도 되는지?

- ☐ 원칙 7의 취지를 감안할 때 금융소비자의 설명 이해여부 확인 화면을 시각적인 효과만 추가하여 구분하는 것은 바람직하지 않은 것으로 판단됩니다.
 - 이는 온라인상 금융상품 거래시 필요한 동의(예 : 신용정보제공 등) 등이 설명 이해여부 확인과 동일한 단계에서 이루어지는 경우
 - 금융소비자가 무엇에 동의하는지 명확하게 인지하기 어렵고, 금융소비자보호법상 중요한 사항에 대해 충분한 이해없이 형식적으로 확인할 가능성이 있기 때문입니다.