

금융소비자보호 규제 강화 방안

2015. 12. 16.

금융위원회 · 금융감독원

목 차

I. 추진 배경	1
II. 소비자규제 현황 및 평가	2
III. 주요내용	3
1. 자율·사후규제 중심으로 규제들을 전환	4
(1) 약관·광고 관련 자율규제 강화	4
(2) 소비자보호를 위한 상품판매제한 등 근거 마련	6
(3) 금융회사 내부 임직원 인센티브 체계 개선	8
2. 금융상품 불완전판매 관련 규제 강화	9
(1) 투자권유 기록 등 '적합성 보고서' 도입	9
(2) 증가하는 부가상품(서비스) 관련 규제 강화	10
(3) 고령화로 인한 취약분야 보호	11
(4) 다양한 채널 광고 규제의 실효성 제고	12
3. 정보제공 확대 등을 통한 소비자권리 강화	13
(1) 판매업자의 수수료 공시·설명 의무 강화	13
(2) 민원정보 공개 확대 등 소비자 선택권 강화	14
(3) 금융회사 보관자료 접근권 보장	15
(4) 약관·광고심사 요구주체 확대	16
4. 동일기능, 동일규제에 따라 소비자보호 상향 평준화	17
(1) 리스·할부 모집인 등록제 도입	17
(2) 과잉대부금지 및 꺾기 간주규제 확대	17
(3) 대출모집인에 대한 판매채널 광고 규제 강화	18
IV. 향후 일정	19

I. 추진 배경

- 금융규제를 영업행위, 건전성, 시장질서 및 소비자보호 4개 분야로 유형화하고, 유형별 특성을 고려하여 규제개선을 추진중

* 영업행위: 폐지·완화, 건전성: 정비(국제기준), 시장질서: **소비자보호: 강화·정교화**

- 이를 위해 소비자보호 분야도 규제 전수검토, 관련 전문가회의, 연구용역 등 다양한 방법을 통해 개선 과제를 발굴

① (규제 전수검토) 전체 금융규제(1,604개) 중 규제작업반에서 소비자보호 규제로 분류한 110개에 대해

- 협회·연구원에서 개선이 필요하다고 판단한 과제 13건에 대해 검토 (2건*에 대해서 개선 추진) → Bottom - Up

* 대리점의 과도한 수수료 방지(보험), 약관 사후보고 확대(여전)
→ 적합성원칙, 설명의무 완화 등 대부분 소비자보호 규제 완화 내용으로 불수용(영업행위 규제 완화는 소비자보호 규제와는 이해상충 관계)

② (전문가 등 의견수렴) 학계·업권 간담회, 불완전판매 연구용역 등을 통해 소비자보호 규제 관련 현황·문제점을 파악하고

- 글로벌기준 등을 고려하여 Top - Down 방식으로 자체 필요개선 과제(14건*) 발굴

* 자율규제·사후감독, 불완전판매 방지, 소비자권리 강화, 규제차익 해소 분야

③ (기타) 국회에 계류중인 '금소법' 중 업계 자율 시행 또는 모범 기준 등을 통해 우선 시행가능한 과제(1건*)도 추진

* 금융회사 보관자료에 대한 소비자 접근권 보장

⇒ '소비자보호 강화·정교화'를 위한 쏠방위적인 개선 필요 규제를 검토하여 '금융소비자보호 규제 강화' 방안을 마련

II. 소비자규제 현황 및 평가

① '사전심사' 위주 상품규제 → '자율규제' 및 '사후감독' 미흡

- 현행 상품관련 규제는 당국의 '사전·법령중심' 체계로 법령에 따른 사전심사를 통과한 경우에는 감독책임을 엄격하게 묻기에 한계
- 협회 중심의 자율규제체제도 실효성 있게 운용되지 못하고 업권별로 운용체계도 상이

② 글로벌기준, 환경변화 등을 반영하지 못한 판매행위 규제 → 불완전판매 지속 발생

- 동양 CP 불완전판매('13) 등 소비자 피해가 근절되지 않고 있으며, 고령화 등 환경변화에 따른 새로운 금융위험 고려도 미흡

③ 소비자에게 필요한 정보제공 및 법령상 소비자보호를 위한 다양한 권리 미비 → 소비자 선택권 약화

- 판매수수료 공시·설명 미흡*, 민원정보 접근성 제약 등으로 인해 소비자의 정보활용을 통한 합리적 선택의 가능성 저하

* 소비자에게 적합한 상품보다는 수수료가 높은 상품 위주로 판매되는 경향

- 약관 등에 대한 소비자 목소리 반영 통로도 미약

④ 동일한 내용에 대해서도 금융업권별로 규제가 제각각 → 규제차익에 따른 형평성 문제 및 소비자 혼란 야기

* 리스할부상품 모집인은 등록 의무가 없으며, 대출모집인에 대한 광고규제 미흡 등

◇ 그간 소비자 보호 노력이 지속되었고 제도적으로도 개선되어 왔으나, 국민체감도·Global Standard 등을 감안하여 보다 철저한 소비자 보호를 위해 규제를 합리적으로 강화할 필요

Ⅲ. 주요 내용

< 개 요 >

목표

금융소비자 보호 규제개혁을 통한 신뢰금융 확립

추진과제

자율사후 규제
중심으로
규제들을 전환

- 약관·광고 관련 자율규제 강화
- 소비자보호를 위한 상품판매제한 등 근거마련
- 금융회사 내부 임직원 인센티브 체계 개선

금융상품
불완전판매
관련
규제 강화

- 투자권유 기록 등 “적합성 보고서” 도입
- 증가하는 부가상품(서비스) 관련 규제 강화
- 고령화로 인한 금융취약분야 보호
- 다양한 채널 광고 규제의 실효성 제고

정보제공 확대
등을 통한
소비자권리
강화

- 판매업자의 수수료 공시·설명 의무 강화
- 민원정보 공개 확대 등 소비자 선택권 강화
- 금융회사 보관자료 접근권 보장
- 약관·광고 심사 요구주체 확대

‘동일기능
동일규제’에
따른
상향평준화

- 리스·할부 모집인 등록제 도입
- 과잉대부 금지 및 켜기 간주규제 확대
- 대출모집인에 대한 판매채널 광고 규제 강화

1

자율사후규제 중심으로 규제들을 전환

◇ 금융협회 중심의 자율규제를 확대하되, 소비자 문제 발생시 강력한 사후 감독실시 등을 통한 금융회사 책임성 강화

(1) 약관·광고 관련 자율규제 강화

가. 약관

□ (현행) 약관 제·개정시 원칙적으로 금융위원회*에 사전신고 의무

* 금융위는 법령으로 약관 규제업무를 금감원에 위탁(금투업은 금투협회에 위탁)

- 금융업 성장에 따라 약관심사는 급증 추세인 반면, 약관심사 지연 등으로 소비자에게 고도화된 금융서비스 적시 전달 곤란

※ 해외사례

- 미국을 제외한 대부분 국가에서 당국의 사전심사 없이 소비자보호법 체계 하에서 약관을 규제

□ (개선방안) 금융당국 사전신고 원칙적 폐지 및 협회역할 강화 등을 통해 상품개발의 자율성을 제고하되, 당국의 사후제재 강화

① (약관 심사체계) 전금융업권의 개별약관 제·개정시 원칙적으로 ‘사전신고 → 사후보고’로 전환하고,

* 소비자 권익에 중대한 영향을 미치는 경우(법령명시)만 예외적 사전신고

- 장기적으로 심사업무를 ‘금감원 → 금융협회’로 이관* 검토

* (현행) 금투협회만 개별약관을 자체심사(자본시장법 상 위탁)
→ (개선) 전금융업권 협회에서 자체적으로 개별약관 심사

- 보완 차원에서 감독당국의 협회 관리감독 및 제재권 부여

※ 표준약관은 표준화가 필수인 상품에 한정하여 최소한으로 존치

② (약관관련 제재) 당국의 사후제재 강화

- 금융회사의 자율책임 강화를 위해 약관 작성기준*을 법령에 명시하고, 위반시 변경권고와 함께 '과징금' 부과(보험업법** 준용)

* 계약의 본질적 권리를 제한하는 경우, 고객에게 부당하게 불리한 경우 등

** (§128의3) 약관, 설명서 등 기초서류 작성·변경시 정당한 사유없이 보험계약자에게 불리한 내용 등을 포함하지 않도록 규정

(§196①10호) 제128조의3을 위반하여 기초서류 작성·변경시 해당 보험계약의 연간 수입보험료의 100분의 20 이하의 과징금 부과

해당 권역	은행, 보험, 금투, 저축은행, 여전
필요 조치	개별 금융법령 개정
시행 주체	금융위

나. 광고

- (현행) 금융광고는 금융협회에서 규정 제정, 광고사전심의, 제재 등을 자율규제(은행, 여전 제외)하고 있으나 실질적 기능이 미흡

* 금투 약 1만여건 심의 중 10건 부적격, 보험 약 6,300여건 심의 중 215건 부적격

※ 해외사례

- 자율규제기관 감독 및 감독당국의 규제가 혼용

- (개선방안) 자율규제기구의 사전심사·관리 기능을 제고하고 사후제재 강화

- ① (광고 심사체계) 은행연합회, 여전협회에 광고 자율규제 업무 신설*을 검토하고, 여타 협회 광고관련 자율규제 기능도 확대**

- 보완 차원에서 감독당국의 협회 관리감독 및 제재권 부여

* (현행) 보험, 금투, 저축은행, 대부업 등 4개 협회 → (개선) 은행, 여전 포함 6개 협회

** 대부업: (현행) 영상광고만 심사 → (개선) 신문 등 주요 비영상광고도 심사
보험 (현행) 흡소핑 사전심사시 변액보험만 심사 → (개선) 여타 보험상품으로 단계적 확대

- ② (협회 제재) 실효적 제재*가 가능토록 협회 제재기준을 정비하고, 규제 대상(광고 범위 등)을 넓게 해석할 수 있도록 협회 세부지침 개정

* 보험업은 규정상 최대 제재금액은 1억원(대부 500만원, 은행·여전·상호저축 규정 無 금투 제재금 한도 규정 無)이지만 실제 부과 사례 및 금액은 미미(생보: 최근 5년 평균 연회/1,100만원 손보: 최근 5년 평균 연 1.8회 / 890만원 금투대부업: 적용사례 없음)

- ③ (당국 제재) 업권간 상이한 법상 제재기준을 상향일원화*하고, 제재 실효성 제고를 위해 금융당국에 '광고중지명령**' 등 조치권 부여

* 예시: 과태료 수준을 일치(5천만원 이하, 현행: 금투·은행·상호저축 5천만원, 보험·대부 2천만원, 여전 500만원)시키고, 전업권에 과징금 부과(현행: 보험, 해당 보험계약 연간 수입보험료의 20%)

** 표시광고법(§5-8): 부당광고에 대해 위반행위중지·정정광고·임시중지명령 등 가능

해당 권역	은행, 보험, 금투, 저축은행, 여전, 대부업
필요 조치	개별 금융법령(①, ③), 협회 세부지침(②) 개정 * ③ → 금소법 제정 이후 통합적으로 근거 마련
시행 주체	①, ③ → 금융위, ② → 협회

[2] 소비자보호를 위한 상품판매제한 등 근거 마련

- (현행) 금융상품 출시후에는 금융소비자의 피해 발생으로 인한 대규모 사회문제가 발생하지 않는 한 검사·제재되지 않는 경향

- 금융회사 영업·판매 행위의 자율화는 지속 추진되어야 하나 소비자보호를 위한 사후적인 견제·감시 장치는 강화될 필요

※ 해외사례

- 영국은 상품 판매 이후 소비자 피해가 가시화되기 전 개발된 상품내용과 유통전략에 필요한 부분을 개입(Product Intervention: 판매제한, 계약유도행위 금지 등)할 수 있도록 명시

* EU도 상품개입규제 신설 추진 중

□ (개선방안) 판매과정에서 금융상품 관련 소비자피해 우려가 있을 경우 금융당국이 시정조치하는 시스템 구축

① 당국내 금융소비자 보호 담당조직(금감원 금소처)이 전금융사의 금융상품 판매과정을 상시 모니터링

- 금융소비자 피해를 발생시킬 수 있는 금융상품 내용, 판매 방식상 문제점 등 포착

* 금감원 소보처에 상품·판매 모니터링팀을 신설하고 각 업권국 영업감독팀, 상시감시팀 등과 Matrix 형태로 연계

② 판매중인 상품의 내용에 소비자 피해요소가 있을 경우 즉시 판매제한, 불완전판매시 구매권유 금지 등 적절한 조치 실시

* 소비자피해 최소화를 위해 사전통지·의견청취 등의 기간도 단축

※ 현행 법령상 근거

- (자본시장법 §416) 투자자보호 등을 위해 상품의 운영에 관한 사항에 대해서 필요한 조치를 명할 수 있음
- (은행법 §52의2) 은행이 우월적 지위를 이용하여 권익을 부당하게 침해할 경우 불공정행위 중지 등 시정조치를 명할 수 있음
- (보험업법 §131) 보험회사의 부적정한 업무운영으로 보험자 권익 침해시 필요한 조치를 명할 수 있음
- (금소법 제정안 §53) 소비자 권익 보호 등을 위해 영업방법 등에 대한 필요한 조치를 명할 수 있음

→ 판매제한 등 구체적인 법령상 개입근거는 미비

해당 권역	전금융업권
필요 조치	개별 금융법령 개정(②), 관련 부서설치(①) * ② → 금소법 제정 이후 통합적으로 근거 마련(시행령)
시행 주체	② → 금융위, ① → 금감원

[3] 금융회사 내부 임직원 인센티브 체계 개선

□ (현황) 판매업자 이외에 금융회사 임·직원에 의해서도 과도한 구매권유, 부적합한 상품판매 등 불완전판매 가능성이 높음

○ 금융상품 판매실적과 과도하게 연동된 보상체계가 불완전 판매 유발의 한 원인

※ 해외사례

○ (영국) 금융회사 인센티브 구조에 대한 가이드라인 마련

* 인센티브구조는 소비자 피해가 일어나지 않도록 영업행위와의 이해상충을 고려, 변동급이 고정급에 비해 지나치게 비중이 큰 경우 주의 등

○ (미국) 대출담당 직원의 보상이 이자율 등과 연동되어서는 안된다는 내용 등이 규정

□ (개선방안) 전금융업권 내부 판매보상체계에 대한 회사차원의 통제 강화 및 가이드라인 마련

○ 금융회사 임·직원에 대한 판매실적 인센티브 등이 과도하게 설계되지 않도록 하는 한편,

- 계약유지율 등 소비자보호 관련 지표도 인센티브 설계시 포함되도록 금융회사 내부통제 강화

- CCO(Chief Consumer Officer)에 인센티브 체계에 대한 검토 및 CEO 보고 의무 부여

※ 은행권의 경우 유사한 내부통제 체계가 기존재(성과평가지표 설정·변경시 과당경쟁으로 인한 불건전 영업행위가 유발되지 않도록 주의할 의무)

○ 불완전판매를 유발할 수 있는 인센티브 체계를 예시(현황 조사 필요) 하고, 개별 회사가 해당 인센티브 체계를 선택하지 않도록 권고

* 임·직원 보상체계는 자율 결정사항으로 법규로 제한하기는 곤란

해당 권역	전금융업권
필요 조치	①금융소비자보호 모범규준 개정 및 가이드라인 마련 ②금융회사 인센티브 현황조사
시행 주체	① → 금감원(금융위), ② → 협회

◇ 투자권유판단에 대한 금융회사 기록의무 부여, 증가하는 부가상품, 고령화, 광고채널 다변화 등 환경변화에 따른 규제 보완 등을 통해 금융상품 불완전판매 방지

[1] 투자권유 기록 등 '적합성 보고서' 도입

□ (현행) 투자성상품(금융투자상품, 변액보험 등)을 구매 권유할 경우 적합성 원칙*을 적용중이나 형식적으로 운영되는 측면

* 소비자의 정보를 미리 파악하여 적합하지 않은 상품의 구매권유는 금지

○ 위험등급이 낮은 경우 수차례 테스트를 통해 위험등급을 상향하는 등 위험상품 구매권유 관행

※ 해외사례

- (EU) 투자권유시 권유상품이 소비자의 선호와 목적 등 특성에 어떻게 적합한지를 기재한 평가서(적합성 평가서 (suitability report))를 소비자에게 제공해야 함
- (영국) 투자시 소비자의 수요와 필요를 기재하고 해당 거래를 권유한 이유 및 거래에 관하여 고객의 불이익을 설명하는 적합성 평가서를 작성하여 제공해야 함

□ (개선방안) 투자성 상품 판매시 적합성 의무 이행의 방식으로 '적합성 보고서' 도입

○ 구매권유한 상품이 고객의 수요와 상황에 적합한 이유 등 특정상품을 권유한 이유를 구체적으로 기술

- 금융회사는 향후 분쟁발생시 활용 가능하도록 정보보관 및 소비자에 제공

○ 감독당국은 금융회사의 적합성 의무 이행 여부 판단시 적합성 보고서의 기술내용 등을 감안

※ 표준투자권유준칙 등에 적합성 보고서 관련 종합적인 프로세스를 마련(소비자 편의를 위해 절차 효율화 등도 병행하여 검토)

해당 권역	금투, 보험업권(변액보험)
필요 조치	표준투자권유준칙(금투), 표준계약권유준칙(생보) 개정
시행 주체	금감원, 협회 공동

[2] 증가하는 부가상품·서비스(이하 '부가상품 등') 관련 규제 강화

□ (현행) 국내 금융시장 성숙으로 회사별 시장확대가 어려워짐에 따라 새로운 수익원으로 부가상품 등 개발·판매를 확대

○ 반면, 부가상품 등의 중요정보에 대한 설명이 미흡하고, 서비스를 축소하는 경우 등에서 소비자의 권익침해 발생

* 최근에는 무료가입기간 경과후 당사자 의사 확인 없이 바로 유료가입으로 전환되는 사례도 빈번

□ (개선방안) 부가상품 등 판매시 설명의무 등 소비자보호 의무 강화

① 부가상품 내용 및 유지기간 등 상세한 내용을 상품계약시 반드시 설명하도록 설명의무 강화

② 부가상품 등의 축소나 불가피한 변경시 대체상품을 제공

* 각 업권 감독규정 등 개정 검토

③ 부가상품 등의 유료 전환시 소비자 의사를 확인하도록 지도

해당 권역	전금융업권
필요 조치	금융소비자보호 모범규준 개정(①, ②, ③), 감독규정 등 개정 검토(②) * 금소법 제정 이후 통합적으로 규정(시행령)
시행 주체	①, ③ → 금감원(금융위), ② → 금융위

[3] 고령화로 인한 취약분야 보호

- (현황) 고령자의 신체적·정신적 특성으로 금융상품 판매시 일반 소비자에 비해 강한 보호가 필요하나,
 - 고령자를 종합적·체계적으로 보호하기 위한 전업권을 포괄하는 구체적인 가이드라인 부재
- (개선방안) 고령자를 위한 가이드라인 마련
 - 감독당국과 업권별 협회를 중심으로 '(가칭)고령 금융소비자 보호 가이드라인'을 마련하고, 동 내용을 '금융소비자보호 모범규준'에 반영

해당 권역	전금융업권
필요 조치	가이드라인 마련 및 금융소비자보호 모범규준 개정
시행 주체	협회, 금감원(금융위)

※ 금투협회 고령투자자 보호방안('15.11)

- ① (전담창구 마련) 각 영업점포 등에 고령자 전담창구·상담 직원 지정, 본사에 고령자 정책 등을 위한 전담인력 지정 배치
 - * 투자가 불가능할 정도로 인지능력이 저하되었다고 판단시 판매 자제
- ② (판매관리 강화) 고위험 파생상품 등 투자권유 유의상품*을 지정하여 내규 등을 통해 판매절차(사전 확인 등) 준수 의무 부과
 - * 상품 개발·판매시 체크리스트에 고령자 보호 관련 점검항목 반영
- ③ (내부통제 강화) 준법감시부서 등을 통해 정기점검을 실시하고, 마케팅활동에 대한 내부통제를 강화(설명회·세미나 등 활용)
- ④ (초고령자 보호) 초고령자(80세 이상)에게는 투자 의사 결정 전 가족조력 또는 투자숙려(1일 이상) 기회를 부여하고 투자권유 적정성에 대한 사후모니터링을 실시하는 등 강화된 보호 실시

[4] 다양한 채널 광고 규제

- (현황) 최근 대부·보험업권 등을 중심으로 TV 등 금융광고 증가 추세
 - * 소비자는 금융광고가 과다하며 문제가 있다는 의견 다수(약 90%)
 - * 상대적으로 규제가 약한 포털 등을 활용한 불법무등록자의 광고로 인한 피해 다수
- 경고문구 등을 포함하지만 글자크기, 노출시간 등이 불충분하여 소비자가 상품의 위험성을 명확히 인지하기 어려운 측면
- (개선방안) 광고채널의 특성에 차이가 있는 점을 감안, 채널별로 규제를 차별화
 - ① 상품의 특정 정보를 드러낼 경우 소비자보호를 위해 다른 주요 정보를 동시에 제공하도록 '정보연계(Information Trigger)' 의무 부과
 - * 예) 신속성, 용이성 등을 광고할 경우 연이율 반드시 포함(최고이자율, 비용 등)
 - 문제소지가 있는 정보에 대한 위험성을 알리는 정보도 자동으로 제공하여 소비자에게 필요한 정보를 보다 효과적으로 전달
 - ② 광고매체 종류*에 따라 소비자가 중요사항을 쉽게 인지할 수 있도록 광고 내용·형식(글자크기·색상 등) 규제 차별화**
 - (→ 필수 내용·형식이 기준에 미달할 경우 해당매체는 소비자에게 부적합)
 - * TV/라디오/소셜미디어 등 온라인/오프라인/지면 광고 등으로 구분
 - ** (예시) 온라인 광고 시 스크롤 되는 정보가 너무 빠른 속도로 흐르지 않게 하고 온라인으로 읽을 수 있는 충분한 길이와 텍스트 사이즈 사용
 - ③ 주요 포털사(네이버, 다음 등)와 협업하여 불법 무등록자, 무인가 업체의 포털 광고 게재 방지 추진
 - * 포털사 모니터링단 등을 통해 블로그, 지식인(네이버) 등에 대한 점검 등
 - 포털 내 불법광고를 신고할 수 있도록 신고센터 운영도 요청
 - * 금감원 약관·광고 신고센터도 활용

해당 권역	전금융업권
필요 조치	가이드라인 마련(①, ②), 포털사 협의(③)
시행 주체	①, ② → 협회, ③ → 금감원(금융위)

3 정보제공 확대 등을 통한 소비자권리 강화

◇ 금융상품 판매시 수수료, 전체민원 공개 등을 통해 소비자 선택권을 강화하고,

- 약관·광고 심사제기권 등 소비자권리를 강화

[1] 판매업자의 수수료 공시·설명 의무 강화

□ (현황) 판매업자는 회사로부터 판매량에 따라 수수료를 수취하기 때문에 더 많은 수수료를 받는 상품을 소비자에게 판매할 유인

- 이로 인해 판매업자에게는 과도한 구매권유, 소비자에게는 부적합한 상품 판매* 등의 문제를 일으킬 가능성

* 소비자가 판매업자 유인구조를 알 수 없어 권유를 그대로 받아들일 가능성

※ 해외사례

- 영국, 호주 등의 경우 소비자의 상품선택시 자문업자들이 제조업자로부터 수수료를 받지 못하도록 금지하거나,
 - 제조업자로부터 수취한 수수료의 규모, 성격 등을 소비자에게 구체적으로 안내하도록 규정
- 또한 판매업자가 제조업자로부터 수취한 수수료를 판매설명서 또는 개별 홈페이지에 공개하는 등 보상공시규정을 강화하는 추세

□ (개선방안) 판매업자가 상품 판매시 제조업자로부터 받는 수수료 (금전·비금전, 판매·유지 수수료 등 포함) 수준 및 체계(상품가입 기간에 따른 수수료 구조 포함)를 공시하고 소비자에게 설명하도록 의무화

* 소비자가 판매 대리·중개업자의 판매유인을 감안하여 구입 여부 판단 유도

- 특히, 복수상품 비교·권유시 각 상품별 수수료를 비교하여 안내하고, 수수료가 평균보다 높은 상품 판매시 이를 별도 안내

※ 대상 금융상품, 수수료 공시 내용·방법, 도입시기 등은 실시 가능성, 권역별 특성 등을 감안, 금융투자상품, 대출 등 표준화되어 있는 상품을 우선적으로 하여 단계적 실행방안을 마련

해당 권역	전 금융업권
필요 조치	① 금융소비자보호 모범규준 개정, ② 개별법령 개정, ③ 판매채널 관련 모범규준 및 협회 내규 등 제·개정 * 금소법 제정 이후 통합적으로 근거 마련(시행령)
시행 주체	① → 금감원(금융위), ② → 금융위, ③ → 금감원, 협회

[2] 민원정보 공개 확대 등 소비자 선택권 강화

□ (현황) 금감원의 금융민원 내용, 처리과정·결과내역 공개가 제한적이며, 이로 인해 소비자의 민원정보 이용의 유용성이 현저히 저하

- 또한 금융약관의 상당수가 전문·법률용어, 모호한 표현* 등으로 구성되어 소비자가 이해하는데 한계

* 예) ~경우에는 유효한 계약으로 보나, 제1호의 만 15세 미만자에 관한 예외가 인정되는 것은 아닙니다.

※ 해외사례(미국)

- 금융소비자보호국(CFPB)에서 소비자 민원스토리 정책을 도입하여 민원 내용과 해결과정·결과 등을 공개
- CFPB 홈페이지 금융민원 데이터베이스를 통해 금융소비자는 선별*하여 필요한 정보를 열람 가능

* 접수일, 업권, 회사, 상품, 민원종류, 민원처리결과, 소비자의 민원결과 수용여부 등

□ (개선방안) 금감원 민원 정보공개 및 소비자 약관이해도 평가 확대

① (민원정보 공유제) 소비자가 동의할 경우 금감원의 금융민원 내용과 해결과정·결과 등을 전면 공개

- 민원 DB를 통해 세분화된 민원건별로 정보를 공개하고, 소비자는 필터기능을 통해 필요한 정보를 선별하여 열람

※ 핵심적인 민원(소송 등)을 추출하여 공개하는 방안도 검토

② (민원 통계 정보공개 확대) 해외사례를 참고하여 금융회사·상품별 민원 건수, 분쟁해결 건수, 분쟁해결 선호도 및 소비자 만족도 등 민원정보 비교표를 주기적으로 게시

③ (약관이해도 평가 확대) 보험업권만 시행중인 '약관이해도 평가'를 금투 등 복잡한 상품을 취급하는 타업권으로 확대하고, 결과를 투명하게 공시

- 금융협회 내 (가칭)약관정비위원회 등을 설치하여 약관에 수요자 중심의 용어를 사용하고 전문용어 등은 쉽게 풀어 설명토록 지도

해당 권역	전금융업권
필요 조치	금감원 제도 시행(①, ②), 개별법령 개정(③)
시행 주체	①, ② → 금감원, ③ → 금융위

[3] 금융회사 보관자료 접근권 보장

□ (현황) 금융회사가 정보상 우위를 점하는 경우가 다수임에 따라 상대적으로 소비자는 권리구제의 어려움을 겪는 경우 다수

□ (개선방안) 금융회사 보관자료에 대한 소비자 접근권(사본 교부를 포함한 열람권, 청구권 등)을 보장

* 남용을 막기 위해 분쟁조정 및 소송수행 등 권리구제 목적으로 한정

※ 금소법 제정안에 기반영된 사항으로 법통과와 관계없이 우선 시행 추진

○ 금융회사가 기록·유지·관리하는 자료에 대해 소비자가 열람·청취 요구시, 금융회사는 이에 따를 의무를 규정

* 다만, 금융회사는 영업비밀 현저 침해 등의 경우 거절·제한 가능

해당 권역	전금융업권
필요 조치	금융소비자보호 모범규준 개정
시행 주체	금감원(금융위)

[4] 약관·광고심사 요구주체 확대 등 소비자 권리 강화

□ (현황) 약관·광고 관련 소비자 등 외부의 목소리 반영 절차 부족

○ 또한, 향후 약관·광고에 대한 자율·사후규제를 강화할 계획이기 때문에 사후 적발 등을 위한 소비자의 역할 증대 요구

* 현재는 사고가 발생하지 않는 이상 검사감독을 통한 사후제재가 미흡

□ (개선방안) 금융상품과 직접적인 관련이 있는 소비자 또는 소비자 단체가 약관 및 광고심사를 제기할 수 있는 체계 마련

* 영국·호주 등은 소비자 또는 소비자단체의 제기에 따라 사후 불공정 조항 심사

○ 문제 소지가 있는 약관·광고를 신고할 수 있는 공식창구(Window)로서 금감원 내 신고센터를 설치·운영

해당 권역	전금융업권
필요 조치	금감원 제도 시행
시행 주체	금감원

◇ 업권별 상이한 규제에 대해서 ‘동일기능, 동일규제’ 원칙을 적용하여 규제의 형평성을 확보

[1] 리스·할부 모집인 등록제 도입

□ (현황) 리스·할부상품 모집인은 리스·할부 금융회사로부터 금융중개 업무에 대한 수수료를 수취

- 하지만 여전법상 등록의무 등 관련 규제가 없어 설명 누락 등으로 인한 소비자피해 발생* 가능성이 높고, 사후구제도 어려움

* 예) ① 소비자가 잔존채무 상환시, 계약 당시 설명받지 못한 중도상환수수료를 요구
② 수입차 할부판매시 금리에 대한 충분한 설명 없이 계약을 체결

□ (개선방안) 리스·할부 모집인 등록제를 도입하여 건전한 영업 행위 유도

해당 권역	리스·할부 회사
필요 조치	모범규준 제정
시행 주체	금감원(여전협회)

[2] 과잉 대부금지 및 꺾기 간주규제 확대

□ (현황) 대부업법상 대부와 실질이 같으나, 은행, 저축은행 등이 취급하는 대출상품에는 적합·적정성원칙을 도입하지 않음

* 금융투자상품, 변액보험, 대부업법상 대부에 대해서 부적합·부적정한 상품 권유·판매를 금지(모든 대출기관에 대한 적합·적정성원칙 도입을 금소법에 기반영)

- 또한, 저축은행, 상호금융 등은 아직 ‘꺾기’ 규제 체계를 도입하지 않은 상황

* 은행, 보험업권은 시간적 근접성 등 객관적 기준을 충족하면 꺾기로 간주하여 규제하는 체계 구축

□ (개선방안) 은행, 저축은행의 대출상품에도 적합·적정성 원칙을 도입하고, 저축은행, 상호금융에 대해서도 꺾기 간주 규제 체계 도입

- ① 대출시 소비자의 소득·재산, 부채상황, 신용, 변제계획 등 정보를 파악하고, 소비자의 정보에 비추어 규모, 금리수준 등이 적합하지 않은 대출 금지

* 대출업무 프로세스상 반영을 우선 추진하되 법령 등 규정개정 작업도 병행

- ② 적용대상, 간주기준 등 저축은행 등에 은행업에 준하는 꺾기 간주기준을 마련하고, 발생 여부 내·외부 모니터링 체계 마련

* 은행법상 꺾기 간주규제: 대출 전후 1개월 내 1% 초과 예·적금, 보험, 펀드 등 가입

해당 권역	① → 은행, 저축은행, ② → 저축은행, 상호금융
필요 조치	개별 법령 개정 * 금소법 제정 이후 통합적으로 근거 마련(시행령)
시행 주체	금융위

[3] 대출모집인에 대한 판매채널 광고 규제 강화

□ (현황) 대출모집인은 모범규준(금감원 ‘대출모집인 모범규준’)에 의해 규제되지만 개별법상 광고규제가 적용되지 않음

* (보험설계사·중개사·대리점) 보험업법상 광고규제, 보험협회의 자율심의 대상(대출모집인) 소속 회사로부터 사전 동의를 받아야 하고, 필수사항 포함 및 과대광고 금지

□ (개선방안) 대출모집인의 경우에도 소속 회사에 대한 법상 광고 규제를 동일하게 준수하도록 모범규준 개정

해당 권역	대출상품 취급기관
필요 조치	대출모집인 모범규준 개정
시행 주체	금감원

IV. 향후 일정

실천 과제	담당기관	비고
1. 자율·사후규제 중심으로 규제를 전환		
<input type="checkbox"/> 약관 관련 자율규제 강화		
○ 약관 심사체계 사후보고로 전환	금융위(은행, 보험, 금투, 저축은행, 여전)	'16년(법개정 안 마련)
○ 표준약관 최소화, 예외적 사전신고 규정	금융위(은행, 보험, 금투, 저축은행, 여전)	'16년(법개정 안 마련)
○ 심사업무 금감원에서 금융협회로 이관	금융위(은행, 보험, 저축은행, 여전) 협회	중·장기
○ 감독당국에 협회 관리감독, 제재 권한 부여	금융위(은행, 보험, 금투, 저축은행, 여전), 금융위(은행, 보험, 금투, 저축은행, 여전)	중·장기
○ 약관 작성기준 위반시 과징금 부과	금융위(은행, 금투, 저축은행, 여전)	'16년(법개정 안 마련)
<input type="checkbox"/> 광고 관련 자율규제 강화		
○ 은행연, 여전협회에 자율규제 업무 신설	금융위(은행, 여전)	'16년(법개정 검토)
○ 보험, 대부업 자율규제 기능 확대	협회(보험) 협회(대부)	'162/4분기 '163/4분기
○ 감독당국에 협회 관리감독, 제재 권한 부여	금융위(은행, 보험, 금투, 저축은행, 여전, 대부)	'16년(법개정 검토)
○ 협회 제재기준 및 세부지침 정비	협회(은행, 보험, 금투, 저축은행, 여전)	'162/4분기
○ 과태료 등 제재기준 상향일원화, 광고 중지명령 등 조치권 부여	금융위(은행, 보험, 금투, 저축은행, 여전, 대부)	'16년(법개정 안 마련)
<input type="checkbox"/> 상품판매제한 등 근거 마련		
○ 상품판매 모니터링팀 신설	금감원	'161/4분기
○ 판매제한, 구매권유 금지 등 법적근거 마련	금융위	'16년(법개정 안 마련)
<input type="checkbox"/> 금융회사 내부 임직원 인센티브 체계 개선		
○ 인센티브 관련 현황 조사	협회	'161/4분기
○ 모범규준 개정 및 가이드라인 마련	금감원(금융위)	'163/4분기
2. 금융상품 불안전판매 관련 규제 강화		
<input type="checkbox"/> '적합성 보고서' 도입	금감원, 협회(금투, 생보)	'163/4분기
<input type="checkbox"/> 부가상품(서비스) 관련 규제 강화		

실천 과제	담당기관	비고
○ 부가상품 설명의무 강화	금감원(금융위)	'163/4분기
○ 부가상품 축소 등의 경우 대체상품 제공	모범규준 개정 감독규정 개정	'163/4분기
○ 부가상품 유료전환시 소비자 의사 확인 지도	금융위	'16년(개정검토)
<input type="checkbox"/> 고령 금융소비자 보호 가이드라인 등 마련	금감원(금융위)	'163/4분기
가이드라인 마련	협회	'162/4분기
모범규준 개정	금감원(금융위)	'163/4분기
<input type="checkbox"/> 다양한 채널 광고 규제의 실효성 제고		
○ 정보연계 의무 부과	협회	'162/4분기
○ 광고 매체별 규제 차별화	협회	'162/4분기
○ 불법 무등록자 등 포털광고 게재 방지	금감원(금융위)	'162/4분기
3. 정보제공 확대 등을 통한 소비자권리 강화		
<input type="checkbox"/> 판매업자 수수료 공시·설명 의무 강화	모범규준 개정 법령개정 판매채널 관련 모범규준 및 협회 내규 제·개정	금감원(금융위) 금융위 금감원, 협회
<input type="checkbox"/> 민원정보 공개확대 등 소비자 선택권 강화		
○ 민원내용, 해결과정 등 정보 공개	금감원	'163/4분기
○ 민원통계 정보공개 확대	금감원	'16년(법령 개정검토)
○ 약관이해도 평가 확대	금감원	'163/4분기
○ 약관정비를 위한 위원회 설치	금융위	'16년(법개정 안 마련)
<input type="checkbox"/> 금융회사 보관자료 접근권 보장	협회	'161/4분기
<input type="checkbox"/> 약관·광고 심사 요구주체 확대	금감원(금융위)	'163/4분기
<input type="checkbox"/> 금감원	금감원	'161/4분기
4. 소비자보호 상향평준화		
<input type="checkbox"/> 리스·할부 모집인 등록제 도입	금감원, 여전협회	'163/4분기
<input type="checkbox"/> 과잉대부금지 및 켜기 간주규제 확대		
○ 은행, 저축은행 대출상품 적합·적정성 원칙 도입	금융위(은행, 저축은행)	'16년(법개정 안 마련)
○ 저축은행, 상호금융 켜기 간주규제 마련	금융위(저축은행, 상호금융)	'16년(법개정 안 마련)
<input type="checkbox"/> 대출모집인에 대한 판매채널 광고규제 강화	금감원	'162/4분기