

# 금융소비자간담회

2019.4.17(수) 10:00, 최준우 금융소비자국장(금융위원회)

금융위원회 금융소비자국장입니다.

'소비자 친화적·맞춤형 금융시스템 구축을 위한 금융소비자 종합 방안'에 대해서 설명드리겠습니다. 제가 설명드릴 자료는 배포해 드린 53페이지 폴 본을 중심으로 간략하게 설명드리겠습니다.

목차입니다.

추진배경, 금융소비자 보호를 위한 노력 및 평가, 향후 세부 추진 과제순으로 설명드리겠습니다.

바로 6페이지로 넘어가겠습니다.

금융소비자 T/F를 사무처장 주재로 지난 12월에 구성·운영했습니다. 그래서 지난달까지 운영하면서 '국민 체감형 과제'를 발굴하기 위해 시민단체 등 민간 전문가들이 참여하는 그런 T/F에서 Bottom-up 방식으로 소비자 보호 전문가들의 생생한 의견을 수렴하였습니다.

8페이지가 되겠습니다.

금융소비자 T/F 의견에 따라서 소비자-금융회사-금융당국-보호인프라를 중심으로 소비자가 피부로 체감할 수 있도록 종합적이고 입체적인 종합방안을 수립하였습니다.

첫 번째 분야는 소비자입니다. 소비자가 안심하고 편리하게 이용할 수 있도록 체감형 편의 서비스를 확대하고 불합리한 관행을 개선해 나가겠습니다.

두 번째 분야, 금융회사입니다. 회사 수익성과 소비자 이익을 함께 추구하는 영업관행이 회사 내부에서부터 관리·정착될 수 있도록 유도해 나가겠습니다.

다음 9페이지, 세 번째 분야, 금융당국입니다. 소비자가 보다 두텁게 보호받고 있다고 피부로 체감할 수 있도록 현장밀착형 금융감독 강화를 추진하겠습니다.

네 번째 분야 보호인프라입니다. 소비자가 언제든지 믿고 기댈 수 있도록 소비자 보호 제도 및 인프라를 조성해 나가겠습니다.

10페이지, 향후 세부 추진과제입니다.

주요 추진과제로는 4대 분야, 16개 과제, 73개 세부 추진과제로 구성돼 있습니다.

첫 번째 분야 금융소비자에서는 금융거래 편의성 제고, 비대면 금융거래 소비자 보호, 고령층·장애인 맞춤형 서비스, 상품설명서 개선, 4가지 과제가 있고 두 번째 분야 금융회사에서는 금융회사 내부관리 강화, KPI 개편 유도, 상품판매 체크리스트 도입, 해피콜 제도 개선. 세 번째 분야 금융당국은 금융소비자 보호 실태평가 개편, 빅데이터를 활용한 금융감독, 미스터리쇼핑 강화, 허위·과장 광고 근절이고 네 번째 분야 보호인프라는 금융소비자보호법 제정, FINE 개편, 민원·약

관 정보공개 확대, 금융 현장소통 강화가 되겠습니다.

다음 11페이지, 첫 번째 분야 금융소비자 체감형 서비스 강화 및 관행 개선입니다.

먼저, 현장체감형 금융거래 편의성을 제고하겠습니다.

현황을 말씀드리면 그간 금융당국 및 회사는 금융 이용 시 불편해소를 위해 다양한 노력을 기울였습니다. 그러나 여전히 소비자 불편과 개선 요구가 상당한 수준입니다.

지난 12월에 국민인식조사 결과 서류제출, 지점이용 등과 관련한 불편이 높은 것으로 나타났습니다.

다음 12페이지, 개선방안입니다.

먼저, 소비자 권익보호 차원에서 금융회사의 정보제공 서비스를 강화하겠습니다.

금리인하 요구권 행사 요건, 보험 보장범위 등 소비자가 숙지해야 할 핵심사항은 금융회사가 주기적으로 고지토록 안내하겠습니다.

아울러, 장기 미사용 계좌 발생 시 거래중지 전에 거래중지 예정 안내를 확대 시행해서 사용 의사가 있는 계좌에 거래중지를 예방토록 하겠습니다.

아울러, 민원 회신 시 분쟁조정 절차·방법에 대해서도 의무적으로

안내토록 하겠습니다.

다음, 소비자 불편을 초래하는 불합리한 관행 개선입니다.

대포통장 방지 등을 위해 계좌 개설 후 20영업일 이내에 새로운 계좌개설에 대해서 불합리하게 거절하는 관행을 개선해 나가겠습니다.

아울러, 가입 상품과 무관한 특약까지 포함된 불필요하게 과도한 분량의 약관 제공 관행을 개선해 나가겠습니다.

다음 13페이지입니다.

소비자 호응이 높은 지점방문 예약제, 탄력점포 등을 적극 확대해 나가겠습니다.

고객의 대기시간을 최소화하도록 지점방문 예약제, 모바일 번호표 제도 적용 지점을 지속 확대하되, 제도 도입이 어려운 은행은 지점 내방고객 상황 실시간 안내서비스, 지능형 순번기 등 대안적인 방식을 적극 도입하겠습니다.

아울러, 근무 중 지점방문이 곤란한 직장인 등을 위해 오피스·상가 등을 중심으로 은행 탄력점포를 지속 증대하겠습니다.

아울러, 소비자의 지점방문 수고 최소화를 위해 비대면 서비스도 확대해 나가겠습니다.

연금보험 등을 지점방문 없이 청구 가능하도록 온라인·유선 청구 방식을 전 보험사에 확대 추진하고, 카드 이용과 관련한 고객 문의·요청사항이 편리하고 신속하게 처리되도록 챗봇 서비스를 전 카드사로 확대하겠습니다.

다음 14페이지, 고객의 서류제출 부담 최소화입니다.

자동차보험 보상 후 상해보험금 청구 시 개인정보 보호에 저촉되지 않는 범위 내에서 보험회사가 교통사고 처리 내역서를 직접 조회토록 하고, 전세대출이 있는 소비자의 신용카드 발급 시 전세계약서 등 증빙서류를 소비자 제출 없이 카드사가 직접 확인토록 해 나가겠습니다.

그밖에 공공기관 보유 서류 중 금융회사가 직접 조회 가능한 서류 범위를 지속 확대하겠습니다.

아래 표는 확대 추진예정 금융회사 직접 조회 서류안이 되겠습니다.

다음 15페이지입니다.

비대면 금융거래 맞춤형 소비자 보호 강화입니다.

현황을 말씀드리면 현재 금융상품 판매 시스템, 감독 등 관련 인프라가 대면채널 중심으로 마련돼 있어서 상대적으로 소비자 보호에 한계가 있었습니다.

다음 16페이지입니다.

개선방안입니다.

온라인 상품설명을 소비자 친화적으로 개선하겠습니다. 소비자가 상품내용을 이해했는지 확인되지 않고, 대부분 상품설명서를 읽지 않고 가입하는 등 설명의무 이행이 불충분한 상황입니다.

개선방안입니다.

행태경제학 기법 등을 활용해서 소비자가 상품 관련 내용을 숙지할 수 있도록 관련 홈페이지 등 시스템을 대폭 개편하겠습니다.

첫 번째 예시는 핵심사항은 반드시 클릭토록 하는 방법이고, 두 번째 예시는 중요사항에 대해 적절한 시기에 관심 환기 및 확인 간소화 등의 내용이 되겠습니다.

그리고 업권별로 협회를 중심으로 소비자 친화적 설명기법 등을 지속 개발하고, 우수사례를 전파토록 하겠습니다.

다음 17페이지, 금융회사 중심적인 온라인 개인정보 수집·활용 동의 관행 정비입니다.

보험금·대출한도 등을 단순 추정하는 과정에서 마케팅 등에 활용할 목적으로 휴대폰 번호 등 불필요한 정보까지 요구하고 있고, 온라인 금융상품 판매과정에서 수집된 개인정보 보유·이용기간 등에 대해서 불명확하게 제시되고 있습니다.

아울러, 개인정보 수집·활용에 동의하기 쉽게 화면이 구성된 측면이 있습니다.

이에 따라 금융회사 상품판매 홈페이지 등을 점검을 통해서 불합리한 개인정보 수집·관행에 대해서 개선 지도하겠습니다.

보험금·대출한도 등의 단순 추정을 위한 개인정보 수집을 최소화하고, 마케팅 목적의 개인정보 수집 화면과는 분리토록 해 나가겠습니다.

아울러, 개인정보 보유·이용기간은 원칙적으로 일·월·연 단위 등으로 명확하게 하겠습니다.

그리고 개인정보 수집·이용 동의 화면은 기본적으로 '부동의'로 설정하는 등 소비자가 오인할 가능성이 있는 화면 구성을 개편해 나가겠습니다.

18페이지는 불합리한 온라인 개인정보 수집·활용 관행 및 개선 예시입니다. 참고해 주시기 바랍니다.

다음 19페이지, 텔레마케팅(TM) 상품설명을 소비자 친화적으로 개선해 나가겠습니다.

대출, 보험, 카드 등 다양한 금융상품이 TM을 통해 판매되고 있지만, 소비자 보호는 대면채널에 비해서 미흡합니다.

이에 따라 소비자가 상품 내용을 명확하게 이해하도록 TM 설명

방식·내용 등을 소비자 친화적으로 개선해 나가겠습니다.

‘업계 최저’, ‘무조건’ 등의 소비자의 상품내용 오인을 유도하는 극단적이고 과장된 단어 사용을 금지토록 하고, 설명 강도·속도 등을 소비자에게 불리하게 운영되지 않도록 해 나가겠습니다. 아울러, 개인정보 관련 안내도 실시해 나가겠습니다.

다음 20페이지입니다.

고령층·장애인 맞춤형 서비스 개발·제공입니다.

현황은 생략하겠습니다.

21페이지, 개선 방안입니다.

주민센터를 활용한 고령층·장애인의 휴면재산 조회 및 지급입니다.

고령층·장애인과 접촉 가능성이 높은 주민센터를 활용해서 휴면재산 찾기 서비스를 안내 및 신청 대행토록 하겠습니다.

지자체 사회·복지 공무원을 통해 휴면재산 조회신청서와 지급신청서를 접수받아 진흥원과 협회에 일괄 송부토록 하고, 신청인의 휴면재산이 확인된 경우 지급신청서에 기재된 신청인 계좌로 직접 지급토록 하겠습니다.

그리고 고령층이 금융상품 계약 시 지정인에 ‘계약사실 알림’ 서비스도 제공할 예정입니다.



65세 이상을 대상으로 금융상품 '계약사실 알림' 서비스를 제공해 나가겠습니다.

다음은 장애인에 대한 불합리한 금융이용 제한 관행을 개선해 나가겠습니다.

신용카드는 본인이 신청하여야 하나, 신청서 작성·서명이 어려운 장애인 등은 대체수단을 통해 카드신청을 허용해 나가겠습니다.

다음 22페이지입니다.

피후견인의 명의도용 피해 방지 및 금융이용 제한 관행을 해소해 나가겠습니다.

법원의 '성년후견 정보'를 금융회사에 공유함으로써 성년후견 정보를 확인 가능토록 해서 피후견인의 명의도용 대출피해를 사전에 방지토록 하겠습니다.

또한, 금융회사·금융기기 접근성, 편의성을 제고토록 하기 위해서 은행 방문 시 직원 도움 벨(Help Bell) 설치, 콜택시(Call-Taxi) 예약 서비스 제공, 고령층·장애인 전담 창구·직원 및 ATM 보급 확대를 추진해 나가겠습니다.

다음 23페이지, 소비자 친화적으로 상품설명서를 개선해 나가겠습니다.

소비자가 금융상품을 구매·이용하는 과정에서 상품의 약관보다 주로 상품설명서를 통해 상품 내용을 파악하고 있습니다.

전 권역에 걸쳐서 상품설명서는 2만 4,078개고, 핵심상품설명서는 538개입니다. 다만, 대부분의 상품설명서가 난해하고 금융회사 입장에서 상품판매에 불리한 정보는 눈에 띄지 않게 제공하려는 유인이 존재하고 있습니다.

24페이지, 개선 방안입니다.

상품설명서를 핵심정보 위주로 쉽고 간명하게 개편할 수 있도록 상품설명서 개선 T/F를 운영토록 하겠습니다.

상품설명서상 어려운 용어·문장을 쉽게 개편하고, 소비자가 이해하기 쉬운 그림·표 등을 적절히 사용·구성토록 하겠습니다.

금융상품에 대해 소비자가 반드시 알아야 할 핵심·필수정보가 누락되지 않도록 관리해 나가겠습니다.

아울러, 일부에만 도입돼 있는 핵심상품설명서를 단계적으로 확대해 나가겠습니다.

다음 25페이지, 투자설명서 개선 사례는 생략하겠습니다.

26페이지입니다.

금융회사 내 소비자 보호 체계·기능 강화입니다.

먼저, 금융회사 내부관리 강화를 위해서 먼저 현황을 말씀드리면 '금융소비자보호 모범규준'을 통해서 금융회사의 소비자 보호 관련 내부통제를 규율하고 있지만 일부 미흡한 측면이 존재하고 있습니다.

27페이지, 개선방안입니다.

원칙적으로 CEO가 '금융소비자보호협의회' 의장을 겸하도록 해서 소비자 보호 이슈에 대한 CEO의 관심을 제고해 나가겠습니다.

아울러, 동 협의회의 현행 기능 외에 신상품 출시 전 소비자 영향 분석, 광고 심의결과 보고 등 업무도 추가 수행토록 하겠습니다.

그리고 자산규모 및 민원발생 빈도 등을 감안해서 CCO의 별도 선임 대상 회사와 준법감시인 겸직 허용 회사의 구분을 명확화하도록 하겠습니다.

CCO 및 소비자 보호 총괄부서의 권한 강화를 통해서 금융회사 내부 소비자 보호 기능도 내실화하도록 하겠습니다.

다음 28페이지는 생략하겠습니다.

29페이지, 핵심성과지표(KPI) 개편 유도입니다.

현황을 말씀드리면 주요 금융기관 영업 KPI는 영업실적 등 단기 성과 중심이며, 소비자 관련 항목은 비중이 미미하거나 운영하고 있지 않습니다.

30페이지입니다.

주요국 금융당국은 실적 위주 보상체계가 소비자피해를 야기한다고 판단해서 가이드라인 제시 및 정기적인 감독 등의 노력을 하고 있습니다.

개선방안입니다.

소비자 보호 실태평가 시 KPI 중 소비자 관련 항목 비중·구성 등을 평가하고, 우수사례에 가점을 부여토록 하겠습니다.

과도하거나 특정 상품에 치우친 판매 인센티브 등 소비자피해 유발 가능성이 높은 KPI 개선도 유도해 나가겠습니다.

다음 31페이지는 생략하겠습니다.

32페이지, 금융상품 판매 체크리스트 도입입니다.

판매직원이 금융상품 판매 시 필요한 사항을 누락하지 않도록 전체 진행과정을 점검할 수 있는 체크리스트를 도입하겠습니다. 법령상 요구되는 사항과 소비자가 알아야 될 내용 등을 모두 포함토록 하겠습니다.

다음 33페이지, 완전판매 사후 모니터링, 즉 해피콜제도를 개선해 나가겠습니다.

보다 많은 소비자를 대상으로 해피콜을 통한 완전판매 확인이 가능하도록 사전 문자알림 및 온라인 방식의 해피콜을 도입하겠습니다.

해피콜 직전 소비자에게 문자메시지를 발송해서 해피콜 전화연결 시간 및 전화번호를 사전에 안내토록 하겠습니다.

그리고 금융투자상품 판매 시에도 해피콜제도를 전면 시행토록 하겠습니다.

다음 34페이지, 현장밀착형 금융감독 구현입니다.

먼저, 소비자 보호 실태평가제도 개편입니다.

35페이지, 개선방안을 말씀드리면 먼저 평가대상 확대 및 실효성 제고를 위해서 기존 실태평가 대상 금융회사의 범위를 단계적으로 확대하고, 금융소비자 중심의 경영인증제도도 도입해 나가겠습니다.

36페이지입니다.

평가결과를 공개하고, 또 변별력 제고 등을 통해서 평가의 실효성을 강화해 나가겠습니다.

아울러, 금융소비자 만족도 평가를 도입해서 금융회사·금융당국의 소비자 보호 실태 및 감독 노력 등과 관련된 소비자 만족도 측면에 대한 평가도 도입하겠습니다.

다음 37페이지, 빅데이터를 활용한 금융소비자 보호 감독입니다.

금융감독 관련 빅데이터를 확충하고, 데이터 추출 및 분석기법 고도화를 단계적으로 추진해 나가겠습니다.

38페이지입니다.

빅데이터 분석에 기반해서 소비자피해 유발 가능성이 높은 업권·금융기관에 대해서 선제적으로 감독을 하겠습니다.

또한, 빅데이터 분석·점검 결과 등을 종합해서 소비자피해 가능성이 높은 상품에 대해서는 소비자피해 경보를 발령해 나가겠습니다.

또한, 빅데이터 기술을 활용해서 소비자가 금융당국에 민원제기·상담 시 충실한 답변과 신속한 정보를 제공하도록 하겠습니다. 그래서 현 금융민원 처리 시스템을 단계적으로 업그레이드해 나가겠습니다.

39페이지, 미스터리쇼핑 강화입니다.

40페이지, 개선 방안입니다.

현행 4개 상품 외에 적합성·설명의무가 부과되는 상품 위주로 미스터리쇼핑 대상을 단계적으로 확대해 나가겠습니다.

아울러, 온라인 비대면 금융거래 활성화에 맞춰 온라인 기반조사도 매년 실시해 나가겠으며, 합리적 기준에 따라 선정된 역량 있는 업체에 미스터리쇼핑 업무를 위탁할 수 있도록 위탁기준도 마련해 나가겠습니다.

다음 41페이지, 허위·과장 광고 근절입니다.

현재 금융광고는 ‘금융회사 자체심의-협회심의-금감원 감독’을 통해 관리·감독해 나가고 있습니다.

한편, 금융광고가 다양한 매체를 통해서 쏟아지고 있는 가운데, 광고에 대한 소비자 신뢰도는 극히 저조한 상황입니다.

내용을 보면, 금융광고 시 상품 판매촉진만을 강조해서 소비자 보호를 도외시하는 경우가 많다는 지적이 있습니다.

42페이지입니다.

소비자 보호를 위해서 의무적으로 제공토록 하는 정보는 작게 표시하거나 빠른 속도로 광고하고 있고, 생방송으로 이루어지는 금융광고는 사전관리가 곤란해서 현장에서 허위·과장광고가 발생할 가능성이 높습니다.

현행 감독체계로는 금융광고에 대한 효율적인 관리·감독에 한계가 있습니다.

43페이지, 개선 방안입니다.

콘텐츠를 말씀드리면, 상품의 긍정적 측면이 과도하게 자극적으로 표현되지 않도록 하고, 소비자 부담사항은 반드시 광고에 포함되도록 하겠습니다.

전달방식에 대해서는 방송광고 시 반드시 포함되어야 하는 필수정보 목록을 현실화하고, 소비자에게 필수정보를 반드시 전달토록 하겠습니다.

그리고 생방송 규제에 대해서는 홈쇼핑 등 TV 금융광고는 생방송에 따른 허위·과장 광고를 방지하기 위해서 소비자피해 우려가 적은 상품 외에는 원칙적으로 사전심의를 거친 녹화방송만 허용토록 하겠습니다.

다음 44페이지, 금융광고에 대한 실효성 있는 관리체계입니다.

해당 업권별 협회에 대한 광고 심의를 요청하기 전에 CCO의 사전검토 및 협의를 의무화하겠습니다.

아울러, 시민참여형 거버넌스 구축을 통해서 규제를 내실화하고, 그리고 허위·과장 광고 및 협회 심의에 대한 관리·감독도 강화해 나가겠습니다.

다음 45페이지, 소비자 보호를 위한 제도·인프라 구축·강화입니다.

이를 위해 금융소비자보호법 제정을 추진하겠습니다.

동 내용은 생략하겠습니다.

47페이지, 금융소비자 종합정보포털(FINE)입니다.



금융거래 과정에서 필요한 정보를 알 수 있도록 ‘파인(FINE)’ 금융 소비자 종합포털서비스를 운영 중에 있습니다.

그러나 소비자가 금융거래 과정에서 필요한 필수정보가 부족하고 정보를 찾기 어렵다는 지적이 제기되고 있습니다.

48페이지, 개선 방안입니다.

거래단계별 핵심정보 제공 메뉴를 신설해서 대상상품은 금융업권 별로 소비자가 많이 이용하는 5개 상품으로 확대해 나가고, 그리고 가입절차·서류, 중도해지 시 불이익 등 유의사항, 만기청구·해약 절차 등 핵심정보도 추가토록 하겠습니다.

다음 49페이지, 민원·약관 정보공개 확대입니다.

개선 방안입니다.

금융민원 내용에 대해서 주기적으로 구체적인 적용사례를 Q&A 형태로 공개하고, 민원인이 민원을 신청하면서 민원내용과 처리결과 의 공개에 동의한 경우 민원 처리 후 공개토록 해 나가겠습니다.

다음 50페이지, 금융현장과의 소통 강화 지속 추진입니다.

현장 소통 강화를 통해서 소비자 눈높이에 맞는 현장친화적 과제를 적극적으로 발굴해 나가겠습니다.

다음 51페이지, 추가 검토과제는 생략하고, 향후 추진계획입니다.

범금융권 참여 T/F를 구성해서 동 방안 이행에 대한 상시적인 점검을 실시함으로써 전체 과제를 속도감 있고 일관되게 추진해 나가겠습니다.

종합방안의 개별 세부 추진과제에 대해서는 T/F 등을 활용해서 구체적인 세부 추진방안을 시리즈 형식으로 계속 발표해 나가겠습니다.

T/F 및 현장소통반 등을 통해서 신규 과제도 지속적으로 발굴해서 검토해 나갈 계획입니다.

이상 설명을 마치겠습니다.

## [질문 · 답변]

※마이크 미사용으로 확인되지 않는 내용은 별표(\*\*\*)로 표기하였으니 양해 바랍니다.

**<질문>** 여기 나중에 해야 할 과제에 실손보험 청구 간소화가 있던데요. 이것은 그러면 당분간은 진행상황을 봤을 때 어렵다고 봐야 되는 건지, 그리고 그런 부분 금융소비자 보호를 위한 전담기구를, 지금 물론 금감원 안에 금융소비자보호처가 있지만 분리해서 설치하거나 하는 방안은 아예 고려하지 않은 것인지.

그리고 마지막 질문은 여기 지점내방을 좀 편하게 만드는 번호표라든가 그런 것에 대한 내용이 들어있던데 어차피 지점이 줄고 있잖아요. 지점에 가고 싶어도 지점이 줄고 있고, ATM을 이용하려고 해도 ATM도 줄고 있고 하는데, 그런 부분에 대해서 뭔가 당국이 개입

한다거나, 예컨대 지점을 함부로 줄이지 못하게 한다거나 그런 방안은 논의되지 않았는지 궁금합니다.

<답변> 그래서 먼저 여기 추가 검토과제로 돼 있는 것은 T/F에서 많은 의견들이 제기됐습니다. 많은 제기된 사항에 대해서 지금 여기 보험금 청구의 편의성 제고에 필요한 이런 과제들은 추가적으로, 아마 기자님도 잘 아시겠지만 이게 관련 부처와 협의가 돼야 되는 사항이기 때문에 여기 예시된 과제들은 관련 기관이나 관련 부처, 조금 더 검토가 필요한 과제라는 말씀을 드리고요.

그리고 아까 두 번째, 조직에 대해서 지금 잘 아시는 바와 같이 금융위 내에서는 저희가 금융소비자국에서 금융소비자업무를 계속 중점적으로 해 나갈 거고, 또 기자님 잘 아시는 바와 같이 금융감독원에서는 금융소비자보호처가 중심이 돼서 지금 이루어지고 있습니다. 그래서 저희 금융위와 금감원, 긴밀히 추진해 나갈 거고요. 지금 말씀하신 추가적인 그런 개편에 대한 계획은 일체 없습니다.

그리고 지금 지점... 지금 이게 11페이지죠. 그래서 말씀하신 대로 지점이 향후 중장기적으로는 아마 지점을 축소해 나갈 거지만, 실제로 지금 현재 지점 내에... 현재 있는 지점도 보시면 아시지만 어떤 경우에, 특히 사무실이 밀집돼 있는 그런 지점인 경우에는 대기기간이 길니다. 특히 우리처럼 업무를 하고 있는 분들이 지점을 방문하는 경우에는 제한된 시간에서 이용하는 수밖에 없는데 그 경우에 많은 대기시간이 소요되거든요.

그렇기 때문에 이런 서비스가, 이런 서비스를 활용한다고 그러면 정말 소비자들이 편하게 자기가 원하는 시간에 이용할 수 있고, 그러

니까 금융회사 입장에서든 이익이 될 수 있습니다. 왜냐하면 많은, 밀집되는, 혼잡한 그 시간을 축소를 해줄 수 있기 때문에, 그렇기 때문에 소비자 입장에서든 도움이 되고, 또 금융회사도 그것을 적절히 관리할 수 있기 때문에 이 서비스가 도입된다면 아마 많은 분들이, 여기 계신 기자님 비롯해서 저도 마찬가지로 많이 도움이 될 것으로 생각하고 있습니다.

**<질문>** 미스터리쇼핑 방식을 개선한다고 하는데, 이게 저도 영업점에 있는 분들 얘기를 예전에 들은 적이 있는데요. 미스터리쇼핑 하러 오신 분들은 영업점 직원들이 보면 딱 알 수밖에 없는 분이 온대요. 뭐 예를 들면 월요일 아침 9시에 비도 오는데 노신사가 정장차림으로 와서 '처음 상품 가입하려고 하는데요.' 이런 식으로 다 내부 메신저로 공유도 되고, '이런 분이 왔다 가셨어요.'

그런데 이게 결국 금융사 고객 서비스평가나 이런 것으로 기준이 돼서 하는 건데, 여기 내용에도 이런 제가 말씀드린 그런 내용이 적혀 있긴 한데요. 이것을 개선을 한다면 아직 선정기준이라는 게 구체화되진 않았겠지만 이런, 앞으로 그럼 금융사들 평가하는 결과도 많이 영향을 줄 것 같은데 이것 좀, 좀 더 자세한 내용 말씀해 주세요.

**<답변>** 그래서 말씀드리면 기자님 말씀하신 대로 지금 40페이지 보시면, 지금 현재 미스터리쇼핑에 대해서 감독원이 직접 수행할 수 없기 때문에 이제 외부 민간조사업체에 의뢰를 해서 이루어지고 있습니다.

그런데 저희가 여러 채널을 통해서 들은 바로는 아까 말씀하신 대로 그런 쇼퍼의 미숙함이 있습니다. 그래서 '과연 그러면 그 미스터리쇼핑의 결과가 정말 의미가 있느냐?'라는 그런 부분이 있을 수 있기

때문에 저희가 그런 역량이 있는 업체들이 이루어져서 또 말씀하신 그런 쇼퍼의 기술도 더 업그레이드될 수 있도록 그런 기준을 만들어 보려고 합니다.

그래서 지금 이 사항에 대한 세부적인 방안은 지금 저희가 갖고 있지는 않고요. 저희가 그런 부분에 대해서 관련 기관과, 다만 아까 말씀드린 대로 저희가 좀 ‘이런 부분은 아직 좀 부족하다.’ 아까 말씀하신 대로 금융회사 입장에서 알 수 있는, 이게 쇼퍼인지를 알게 되는 그런 부분이 있기 때문에 과연 그러면 쇼퍼, 미스터리... 그러니까 저희가 이번에 과제들을 쪽 담은, 바로 그런 겁니다.

뭐냐 하면, 지금 저희가 많은 제도들이 있는데, 지금 뭐 잘 아시겠지만 소비자 보호를 위해서 많은 제도들이 있는데 ‘그게 현장에서 제대로 워킹되고 있느냐?’ 이제 그런 측면에서 저희가 우리 해당 부서, 해당 과에서 정말 관련 기관들, 감독원을 비롯한 관련 기관과 또, 협회 또 소비자단체들 해서 긴밀히 한 것들이 바로 이런 것들입니다. ‘미스터리쇼핑이 아주 훌륭한 제도인데 그게 과연 제대로 워킹되고 있느냐?’ 이제 그런 측면에서 이 제도도 그런... 개선해 나간다는 말씀을 드립니다.

**<질문>** 이것 내용을 전반적으로 보면 소비자의 편리함은 어떤 작은 부분들에서 많이 제고가 되는 것 같은데, ‘안전하게’ 이런 것들도 결국은 중요할 텐데 그런 점에서 금융회사 직원성과를 평가하는 KPI가 굉장히 중요하게 생각이 되는데요. 어제 금융위에서 발표한 ‘보험설계사 수수료를 규제할 수 있겠다.’ 하는 것도 일부 그런 유인을 좀 규제를 하겠다, 라는 것으로 이해가 되는데, 이게 정확히 KPI를 어떻게 개선을 유도하겠다는 것인지 내용이 좀 불투명해서요. 이게 뭐, 그리

고 당국이 민간회사에 개입한다는 그런 부담이 있기는 하겠지만 ‘이런 식으로 해서 이게 실효성이 있을까?’라는 생각이 들어서 그런 부분 한번 여쭙보고 싶고요.

그리고 외국을 보면 고위험투자 상품의 경우에는 일정 수준 교육을 받거나 테스트를 거치거나 소득수준이 있는 사람들 이상만 투자할 수 있게 그런 제한을 두던데 그런 방안들에 대해서 검토하신 바가 없습니까?

**<답변>** 예, 그래서 KPI는 기자님 잘 아시는 바와 같이 사실은 민간금융회사의 영역입니다. 그래서 저희가 어떤 법령이나 이런 것을 통해서 직접적으로 개입할 수는 없습니다.

그런데 말씀하신 대로 이 KPI가 또 소비자 보호 측면에서 중요하기 때문에 저희가 그거를 어떤 지표를 그거 한다기보다는, 그런, 아까 여기 말씀드린 대로 그런 비중이나 구성이 좀 올라갈 수 있도록 이렇게 유도해 나가고, 또 과도하게 들어간 부분은 좀 그거 할 수 있도록 계속 유도해 나가는 것이지, 그거를 저희가 민간회사에 그런 부분에 대해서 이거를 몇 퍼센티지로 하라든가 이런 것보다는 전체적으로 해 나가고, 또 해외 사례도 보시면 여기 미국의 웰스파고 사례 같은 경우에 그런 KPI가 잘못 선정돼서 그런 문제들이 발생하고 있습니다. 그래서 그런 식으로 점진적으로 유도해 나가고.

또 아까 말씀드린 대로 이 소비자 보호인식을 저희가 계속 이런 부분을 크게 보여드리려고 그런 게, 이것이 금융회사들이 단기간에는 이게 회사 입장에서 마이너스일 수도 있다고 생각할 수 있거든요. 그런데 소비자 보호는 중장기적으로 보면 결국은 금융회사 신뢰를 제고

하고, 결국은 금융회사의 이익을 위해서 반드시 필요한 것이라는 것을 인식해 나가도록 저희가 유도해 나가야 된다고 생각합니다.

그리고 우리 김기한 과장이 추가 설명을 하겠습니다.

**<답변>** (김기한 금융소비자정책과장) 소비자정책과장입니다. 방안을 보시면 저희가 우선 이 부분은 기자님 말씀하신 것처럼 KPI에 직접 개입하는 부분이 금융회사 경영자율성에 관한 이슈가 있어서, 우선적으로는 보시면 1번, 2번 과제는 저희가 유도하는 방안이 돼 있고, 3번에 저희가 이제 장기적으로 보면 모범규준에 반영 비중 이런 것들을 저희가 검토할 계획으로 있습니다, 말씀하신 부분 디테일하게.

그게 왜 그랬냐 하면, 최근에 같은 페이지 상단에 보시면 주요국에서 가이드라인을 제시하는 경우가 있어서, 그러면 지금 금융회사의 경영자율성과 그다음에 저희가 KPI를 통한 소비자 보호 부분에 관련된 이익 부분, 이거를 비교형량해서 장기적으로는 세 번째 보시는 부분이 디테일하게 반영 비중이나 이런 것들을 검토해 보겠다고 넣은 부분이 그런 부분입니다. 그렇게 이해하시면 될 것 같습니다.

그래서 1차적으로는 유도를 하되, 2차적으로는 비중이나 이런 것들까지도 규제가 가능한 건지에 대한 고민을 하겠다는 것이 2페이지의 내용입니다.

**<질문>** 국장님, 보니까 금융소비자 위해서 다양하고 좋은 정책을 내놓으신 것 같은데요. 그런데 저희 기자들이, 너무 많아요, 이게 정책이. 그래서 금융위에서 보시기에 조금 핵심적으로 추진하는 사항이 될... 그러니까 물론 다 핵심적인 추진 사항이시겠지만 그중에서도 좀



꼭아주시면 좋을 것 같고.

두 번째로 그런데 보니까 여기 요새 의료계하고 실손보험 청구 간소화 얘기가 있는데 그 내용은 빠진 것 같아요. 그리고 그것에 대해서 왜 빠졌는지 궁금하고.

세 번째로 판매제한 명령권이 나왔는데, 금융상품 판매 금지·제한. 이게 금소법이 통과돼야지 가능한 거 아니... 이게 단순히 뭐 감독규정 변경으로도 가능한 건지 궁금합니다.

<답변> 먼저, 판매제한 명령권은 지금 그게 소비자법에 있는데, 지금 45페이지 말씀하시는 거죠? 그러니까 이 45페이지는 지금 저희 소비자보호법의 내용을 설명한 겁니다.

<질문> \*\*\*

<답변> 안 돼 있습니다.

<질문> \*\*\*

<답변> 그렇습니다. 그래서 지금 이 법은 지금 뭐 기자님 잘 아시는 바와 같이 저희가 지난번에 법안소위를 여러 번 했고, 지금 이제 저희 생각은 법안소위만 열리면 잘 되지 않을까, 이렇게 기대를 하고 있습니다. 그래서 판매제한 명령은 지금 그거 한다는 말씀은 아니라는 말씀드렸고.

그리고 저희가 이 소비자 보호 종합방안 만들기 위해서 솔직히 말



씀드리면 저희 실무자들과 많은 고민을 했습니다. 이 소비자라는 것은 아까도 말씀드린 대로 어떤 제도 하나, 뭐 하나로 이루어지는 게 아닙니다. 그래서 이것은 정말 사소한 것에서부터 시작해서 정말 전 권역에, 은행부터 시작해서 뭐 심지어 어떤 대부업, 더 넓게 가면 불법 사금융까지도 갈 수 있겠죠. 그래서 또 프로세스별로 보면 가입 전에, 가입 전, 가입 단계 또는 가입 후, 분쟁까지.

그렇기 때문에 '이 소비자 보호를 어떻게 접근해야 되냐?'라는 것을 해서 저희가 이것을 한번 큰 그림을 보여드려야겠다. 그래서 종합 방안으로 나오고.

그래서 10페이지 보시면 저희가 그래서 크게 4가지 분야, '소비자를 위해서 어떻게 도와줄 거냐?' 소비자를 한다는 게 한 축이 될 테고, 그리고 또 하나는 '금융회사가 어떻게 해야 소비자 보호를 위해서 할 거냐?'가 두 번째 축, 세 번째 축은 '감독당국이 어떻게 변화해야 소비자 보호를 더 하겠느냐?', 그리고 네 번째 축이 '이와 관련된 인프라가 어떠냐?' 이 크게 4가지 축을 보여드리려고 저희가 이 많은 내용을 담았습니다.

그래서 좀 죄송하긴 합니다, 많은 내용을 담아서. 굉장히 죄송하긴 하지만 저희는 이 큰 그림을 보여드리고 싶었고, 이걸 지속적으로 계속해 나갈 겁니다. 과제 발굴할 건 더 발굴해 나가고 또 보완해야 될 건 하고, 이 내용들을 또 구체화해서 발표해 나갈 겁니다.

그래서 참고로 10페이지를 보시면 저희가 여러 가지 과제들이 있는데 욕심 같아서는 다... 그런데 그걸 추린다면 제가 생각하는 것은 여기 분야 1번에 '금융거래 편의성 제고', 그리고 '비대면 금융거래 소

비자 보호', 3번에 '고령층·장애인 맞춤형 서비스' 이것을 저희가 중점적으로 내세우고 싶고요.

두 번째 분야 금융회사 측면에서는 'KPI 개편 유도'와 '상품 판매 체크리스트'로 보고, 세 번째는 거기에 두 번째 '빅데이터를 활용한 금융감독', 네 번째 '허위·과장광고 근절' 이렇게 좀 그 부분을 부각했으면 좋겠고, 이 3가지 분야 중에서는 금융소비자 분야가 오히려 저희가, 그중에서는 '금융소비자' 분야가 좀 더 부각을 시켜주셨으면 하는 생각이 듭니다.

그리고 아까 말씀하신 것 중에 뭐 실손보험도 아마 추가검토 과제에 들어 있는 사항들을 아까 말씀드린 대로 저희가 우리 사무처장님 주재로 T/F를 아주 오랫동안 했습니다. 그래서 작년 12월부터 지난달까지 4개월을 가동을 했고, 거기에 많은 의견들이 제기됐습니다. 그래서 그 많은 내용들을 다 검토했고, 여기 추가 검토 과제는 아까도 말씀드린 대로 이것은 관련부처라든가 관련기관 간에 좀 더 협의가 더 필요하고 또 검토가 더 필요한 과제라는 말씀을 드립니다.

그래서 그런 내용들은 오늘 담지 못해서 좀 아쉽지만 그것은 추가검토를 더 해서 해나갈 계획에 있습니다.

**<질문>** 내용들이 아주 많아서 저도 뭐 이것을 다 어떻게 정리를 해야 될지 모르겠는데, 우리나라 국민들이 지금 암환자 수가 161만이라고 통계적으로 나와 있고 전 국민의 3.4%에 해당하는 174만 명이 암으로 지금 투병 중인 그런 상황이라고 되어 있는데, 문제는 실손보험에서 암 치료에 관련돼서 입원을 하거나 치료를 하면 실손보험에서는 일단 기본적으로 다 나옵니다. 별로 문제없이 나오는데, 암보험에서는

굉장히 선별을 해서 민원이 굉장히 많습니다. 지급을 안 하는 민원이 굉장히 많은데, 이런 것들은 사실 예방도 중요하고 하지만, 지금 현재 발생되고 있는 부분들이 굉장히 심각하거든요.

그래서 실제로 암으로 진단을 받으면 의료보험에서 그 암 환자에 대해서 병원치료비를 5%만 받게 됩니다. 그러니까 95%를 의료보험에서,

<답변> 80% 아십니까?

<질문> 아닙니다. 95%입니다.

<답변> 95%까지 되나요?

<질문> 95%를 의료보험에서 지급을 하는데, 암환자는 5%만 지불하면 됩니다. 그러면 사실은 실손보험을 든 사람들은 100%를 다 지불해도 상관이 없습니다. 그러니까 보험회사가 오히려 굉장히 혜택을 보는 거거든요. 95%를 국민... 실손보험에서 지급해야 되는데 의료보험에서 지급을 하고 있는 상황이에요.

그러면 보험회사가 엄청난 이익을 보는 것인데, 암환자에 대해서 암 치료에 관련된 직접적인 치료가 아니라 간접적인 치료라 하는 명목으로 지불을 안 하는 경우가 많습니다. 그러니까 실손보험은 아무튼 잘 지급이 되고 있는데, 암보험에서 지급이 잘 안 되고 있는 부분들이 굉장히 많습니다.

제가 왜 이렇게 자신 있게 말하느냐면 실제로 제가 암을 걸려

봐서 투병을 했고, 지금도 완치판정은 받지 못한 상황입니다. 5년이 지나야 완치판정을 받는 상황인데, 제가 그 과정에서 보험회사하고 많이 다툼도 했는데, 아무튼 뭐 소비자가 똑똑하게 대처를 하면 보험회사가 논리적으로 지니까 줍니다. 그런데 어수룩하면 안 줘버립니다, 그리고 한 50%만 주겠다고 합의를 종용하고.

이런 경우가 굉장히 많은데 그런 부분들은 좀 강하게 보험회사에 다가, 보험회사는 뭐라고 하느냐 하면 '금감원에 민원제기 하라. 금감원에서 주라고 하면 주겠다.'라는 식으로 버티고 있습니다. 그런데 보통사람들이 지금 자기가 죽기 아니면 살기로 지금 암 투병을 하는데 그런 것 할 여력이 없거든요. 그래서 오히려 그런 것 때문에 더 스트레스를 받아서 정말 죽음에 이르는 경우도 굉장히 많이 제가 주변에서 봤는데, 그런 부분들을 좀 강력하게 소비자 보호 측면에서 좀 제도적으로 해야 될 것 같습니다.

<답변> 예, 그래서 기자님 말씀하신 대로 지금 소비자 보호가 뭐 여러... 아까 말씀드린 대로 여러 프로세스가 있습니다. 그중에 이제 분쟁, 사후적으로 발생하는 그런 민원이나 분쟁이 보험이 가장 많죠. 보험이 잘 아시지만 계속 보험이슈들이 있고, 보험은 그래서 계속 아마 그 과제들을 검토해 나갈 겁니다.

당장 기자님 말씀하신 것에 대해서 제가 답은 드리지는 못하지만, 보험은 아마 그 권역 중에서, 특히 사후적인 파트 민원이나 분쟁 부분은 보험이 많기 때문에 그런 여러 가지 과제들은 검토를 해 나갈 거고요.

하여튼 제가 오늘 소비자 보호 종합방안을 말씀드린 것 중에 저희

종합방안은 특정 권역만을 보지를 얹은 겁니다. 저희는 전 권역, 소비자 보호는 꼭 보험만이 이슈는 아니거든요. 그러니까 우리가 생각하는 것은 소비자 보호라고 그러면 민원 또는 사후적인 분쟁 이렇게 생각하기 쉬운데, 소비자 보호는 가입 전에서부터 문제가 있을 수 있습니다.

‘내가 어떤 정보가 필요하냐?’ 제대로 정보를 갖고 있어야 제대로 된 상품을 고를 테고, 그리고 제대로 설명을 받아야 선택할 수 있고. 그렇기 때문에 저희 종합방안은 어떻게 설명을 드리고 싶으냐면 특정 권역이 아닌 전 권역에 걸쳐 있는 부분을 전 프로세스별 부분을 중심으로 준비했다고 말씀드리고요. 개별 권역의 그런 이슈들은 또 해 나갈 겁니다.

물론, 저희가 해야 될 부분은 하고, 또 해당 과에서 또 검토해 나갈 것은 해 나가고. 물론, 계속해 나가지만 기본적으로 보험의 특성상 아무래도 분쟁은 많을 수밖에 없는 그런 측면이 있다는 말씀을 드립니다.

**<질문>** 많이 나온 얘기일 수도 있는데, 광고내용 관한 규제개선에서 일부 업권은 사전심의 거친 녹화방송만 일부 허용하고 있다는데 이게 어느 업권인지 궁금하고요. 이게 금감원 제재 통해서 하고 있다고 현황을 말씀해 주셨는데, 이게 방통위하고도 같이 해야 되는 사안인지 궁금합니다.

**<답변>** 몇 페이지 말씀하시는지...

**<질문>** 43페이지.

<답변> 43페이지를 얘기하시는 거예요?

<답변> (관계자) 네. 지금 녹화방송 하는 권역은 금융, 금투업권은 녹화방송으로 지금 진행하고 있고요. 보험이 이제 생방송으로 주로 하는데, 이 경우에 이제 가이드라인이나 이런 것들을 통상적으로 지키시는데, 텔레... 방송하시는 분이 그 자리에서 그냥 즉흥적으로 하시는 경우에 그런 어떤 위반사항은 저희가 사전에 규율이 안 되기 때문에 그래서 이번에 다른 권역 사례를 참고해서 보험업권에 대해서 녹화방송 쪽으로 저희가 생각을 하고.

다만, 생방송이 허용되는 부분에 있어서는 저희가 자동차보험이나 이런 것들은 그런 위반이 있더라도 저희가 워낙 많이 드는 상품이고, 그렇게 일반 국민들이 많이 숙지하고 있는 상품 등에 대해서는 여전히 또 생방송을 허용할 계획으로 이렇게 있다는 말씀을 드리겠습니다.

<끝>