

금융소비자의 소리



금융소비자의 소리

Contents

I. 소비자보호 업무현황

- | | |
|------------------------------|----|
| 1. '21년도 금융소비자보호 실태평가 | 3p |
| 2. 보이스피싱 피해예방을 위한 동영상 배포 | 4p |
| 3. 온라인 금융플랫폼 관련 핀테크업계 간담회 개최 | 5p |

III. 소비자보호 제도개선

- | | |
|------------------------------------|-----|
| 1. 금융소비자보호법 계도기간 종료(9.24.) 및 향후 계획 | 6p |
| 2. 투자자가 쉽고 편리하게 활용할 수 있도록 공시서식 개선 | 8p |
| 3. 전기차 배터리에 대한 보험상품 보장 강화 | 10p |

I 소비자보호 업무현황

1 21년도 금융소비자보호 실태평가

가 개요

- 그동안 모범규준에 따라 운영해온 금융회사의 소비자보호 실태평가가 '21.3.25. 금융소비자보호법 시행으로 법제화
 - 이에 따라 평가대상 지정 및 평가주기 도입 등 세부절차를 마련

나 주요 내용

- **[대상회사 지정]** 영업규모 등 계량적 요인과 과거 실태평가 결과 등 비계량적 요인을 고려하여 7개업권 74개사*를 실태평가 대상회사로 지정
* 은행(15), 생보(17), 손보(12), 카드(7), 비카드여전(4), 금투(10), 저축은행(9)
- **[평가주기제 도입]** 평가대상 회사를 3개 그룹으로 나누어* 매년 1개 그룹에 대하여 실태평가를 실시하여 개별 회사의 평가주기는 3년을 원칙으로 운영
* 민원·영업규모·자산 비중을 고려하여 각 업권내 순위를 부여하여 대·중·소형사가 고루 포함된 3개 그룹 편성
- **[자율진단제 도입]** 해당년도 실태평가 대상이 아닌 그룹에 속하는 금융회사는 자율진단을 통해 금융회사 스스로 소비자보호체계 점검
- **[평가항목·지표]** 금융회사 업무부담을 고려, 현행 모범규준상 점검항목 준용
- **[평가방식]** 실태평가의 효율성 제고 및 내실화를 위해 서면점검과 현장점검 병행

다 진행 경과

- **[설명회 개최]** 금소법 시행으로 새롭게 개편된 소비자보호 실태평가 운영방안에 대해 관련 금융회사를 대상으로 설명회를 개최(7월)
- **[실태평가 실시]** 코로나19 등 제반 상황을 고려하여 7월부터 서면점검을 실시하고, 비대면 방식으로 실태평가 진행중(9월~)

2 보이스피싱 피해예방을 위한 동영상 배포

가 제작 배경

- 신종 보이스피싱이 증가하고 수법이 정교해지는 반면, 코로나19 장기화로 금융소비자에 대한 대면교육이 곤란한 상황
 - 이에 금감원 및 각 금융협회·중앙회(10개)*는 금융소비자가 보이스피싱 최신 사기수법 및 피해예방법 등을 쉽게 배울수 있도록 동영상을 배포
 - *전국은행연합회, 금융투자협회, 여신금융협회, 저축은행중앙회, 농협·수협·신협중앙회, 새마을금고중앙회, 신용정보협회, 대부업협회

나 주요내용 및 특징

- **[주요내용]** 보이스피싱을 주요 사기유형별로 구분하여 총 5종*의 동영상을 제작
 - *①기관사칭형, ② 대출사기형, ③ 메신저피싱형, ④ 피해예방·대처방법, ⑤ 금융회사 피해예
- **[특징]** 금융소비자에게 보이스피싱에 대한 경각심을 효과적으로 제고하고 교육현장에서 활용도를 높이기 위해 다음과 같이 제작
 - ① 보이스피싱 전반에 대한 단순설명보다 최근 발생하는 주요 사기유형별로 실제 피해사례 및 대응요령 등을 구체적으로 소개
 - ② 교육활용시 집중도 유지와 다각적 활용을 위해 주제별 5분 내외로 짧게 구성
 - ③ 전 연령층이 쉽게 이해할 수 있는 애니메이션 형식으로 제작
 - ④ 금융소비자가 보이스피싱 사기수법을 생생하게 체험할 수 있도록 실제 피싱사기범 음성자료(그놈 목소리) 및 사기문자 재연화면 등을 적극 활용

다 활용 방안

- 누구나 쉽게 다운로드하여 활용할 수 있도록 보이스피싱 지킴이 홈페이지*, 유튜브 전용채널(보이스피싱 그만)**에 게시하고
 - *<https://phishing-keeper.fss.or.kr>
 - **<https://www.youtube.com/channel/UCXbhCl3TIb0nZis6xykgNmQ>
- 각종 유관기관, 교육·사회단체 등에 배포하여 보이스피싱 예방교육에 적극 활용토록 안내 및 홍보 예정

3 온라인 금융플랫폼 관련 핀테크업계 간담회 개최

가 개요

- 금융위·금감원은 공동으로 보도자료*를 통해 온라인 금융플랫폼 업계의 금융소비자보호법 적용에 대한 이해를 돕기 위한 지침을 제공
 - * “온라인 금융플랫폼의 건전한 시장질서 확립을 위한 금융소비자보호법 적용사례를 전파했습니다” ’21.9.7
- 이와 관련하여 금융위·금감원은 한국핀테크산업협회 및 핀테크 업체들과 함께 실무 간담회를 개최하여,
 - 기 발표된 지침의 취지 및 내용을 상세히 설명하고, 업계로부터 후속 보완방안 및 애로사항 등을 청취

< 온라인 금융소비자보호 관련 핀테크 업계간담회 >

(일시) 9.9일(목) 14시~15시

(참석자) 금융위 금융소비자정책과장, 금감원 소비자보호제도팀장, 한국핀테크산업협회 사무처장, 13개 핀테크 기업* 실무자

* 네이버파이낸셜, 마이뱅크,뱅크샐러드, 비바리퍼블리카, 에스케이플래닛, 엔에이치엔페이코, 팀웍, 핀다, 핀마트, 핑크, 카카오페이, 한국금융솔루션, 해빗팩토리 (가나다 순)

나 간담회 주요내용

- 금융위·금감원은 지침의 취지와 내용을 설명하면서 특히 다음 사항을 강조
 - 1 이번 지침은 특정 온라인 금융플랫폼의 영업을 제한하는 것이 아니라, 온라인 금융상품 판매관련 금소법 적용에 대한 금융당국의 기본원칙을 제시한 것
 - 2 지침의 내용은 금소법 시행을 전·후로 여러 차례 그동안 금융당국이 현장에 알려왔던 금소법상 “중개행위” 해당여부 판단기준을 사례로 좀 더 구체화했을 뿐, 전혀 새로운 내용이 아님
 - 3 온라인 채널은 여러 금융상품 판매채널 중 하나이며, 혁신을 추구하더라도 금융규제와 감독으로부터 예외를 적용받기 보다는, 금융소비자보호 및 건전한 시장질서 유지를 위해 함께 노력하여 주시기 바랍

II 소비자보호 제도개선

1 금융소비자보호법 계도기간 종료(9.24.) 및 향후 계획

가 그간의 제도 안착을 위한 노력

- 1 (계도기간 운영) 법 시행 후 6개월(3.25~9.24일) 동안은 신규·강화 규제 위반에 대해 원칙적으로 계도(비조치의견서 의결)
- 2 (가이드라인 제공) 현장에서 특히 어려움을 겪는 부분에 대해 가이드라인 제공

< 금소법 계도기간중 배포한 가이드라인 >

- ① 광고규제 가이드라인(6.8)
- ② 투자자 적합성평가 제도 운영지침(7.1)
- ③ 금융상품 설명의무의 합리적 이행을 위한 가이드라인(7.14)
- ④ 권역별 표준내부통제기준(협회 가이드라인, 8.31)

- 3 (신속처리시스템) 금소법 관련 업계 질의에 대해 회신(약 200여건)

나 향후 계획

- 금소법 안착을 위해 보완이 필요한 일부사항에 대해 조속히 조치해나갈 계획

< 제도 안착을 위해 보완이 필요한 사항 >

- ① 금융회사의 투자성 상품 설명서 보완 필요(핵심설명서 추가 등)
- ② 협회의 대출모집인(법 시행 전에도 영업하던 자) 등록 지체
- ③ 일부 온라인 플랫폼의 금소법 위반(미등록 중개) 소지

- 특히 설명서 개편(①) 및 대출모집인 금융위 등록(②) 등은 연내 완료할 계획으로, 계도기간 종료 후에도 특별한 사정이 없는 한 조치하지 않을 계획
- 금융회사의 금소법 이행상황 자체점검 및 자율시정을 유도할 계획(~12월)
 - 금융회사에 자체점검 체크리스트를 제공하고, 필요 시 비조치의견서 등을 통해 법령 적용상의 어려움을 해소
- 모집인의 금소법에 대한 이해 증진을 위해 협회 중심으로 권역별 모집인(핀테크 포함) 대상 설명회를 추진할 계획(~'22.3월)

참고 금소법 가이드라인

| 가이드라인명 | 배포 내용 |
|--|---|
| <p>광고규제 가이드라인 (6.8. 보도자료)</p> | <p>배경 모집인 광고규제 강화*에 따라 규제에 대한 현장 이해도 제고 * 모집인의 금융상품 광고 시 위탁사 심의 의무화, 업무광고 규제범위 전 금융권 확대 등</p> <p>주요 내용 금융회사·협회의 모집인 광고심의 절차, 상품광고·업무광고 구별사례, 광고의 주체·객체의 구별기준 등 제시</p> <p>향후 계획 각 업권 협회는 “금융권 광고 자율규제 협의체”를 통해 정례적으로 주요 광고심의 사례를 공유하고 공개</p> |
| <p>투자자 적합성 평가제도 운영지침 (6.2. 보도자료)</p> | <p>배경 금소법 시행 전부터 계속되어 오던 일부 금융회사의 적합성 평가 관행으로 인해 소비자 불편 발생</p> <p>주요 내용 적합성 평가결과 유효기간 폐지*, 비대면(대면) 평가결과 대면(비대면) 활용 허용, 일별 평가횟수 합리화 등 * 원칙적으로 평가기준에 변동이 없다면 추가 평가없이 소비자 정보에 변동사항이 있는지만 확인하는 것도 가능</p> <p>향후 계획 금소법상 적정성 원칙* 이행과 관련해서도 현장의 어려움이 없도록 가이드라인 마련 검토 * 판매자의 권유없이 소비자가 위험성이 높은 상품에 관한 계약을 요구하는 경우 판매자는 해당 상품의 위험성이 높다는 사실을 소비자에 고지해야할 의무</p> |
| <p>금융상품 설명의무의 합리적 이행을 위한 가이드라인 (7.15. 보도자료)</p> | <p>배경 설명의무 이행 관련 소비자·판매자의 불편 해소 필요</p> <p>주요 내용 설명시간이 불필요하게 길어지지 않도록 판매사의 설명스크립트 개선, 그동안 중복적으로 제공되던 설명서 통합 등</p> <p>향후 계획 가이드라인의 적시성·실효성 확보를 위해 상시 보완체계를 구축</p> <p>내년 5월까지* “온라인 판매과정에서의 효과적인 설명의무 이행방안” 마련 등 가이드라인 보완 추진 * 금년 9월부터 연구원 등을 통해 전 금융권의 소비자 행태조사, 해외사례 조사 등 실시</p> |
| <p>권역별 표준내부통제기준 (협회 가이드라인, 8.31)</p> | <p>배경 금융회사·모집인의 내부통제기준* 운영에 대한 어려움 해소를 위해 권역별 협회 주도 하에 모범사례를 마련할 필요 * 금소법상 소비자보호 내부통제기준 마련의무는 금년 9.25일부터 시행</p> <p>주요 내용 소비자보호 총괄기관의 독립성 확보, 판매직원의 상품교육 강화, 소비자보호 관점에서의 성과보상체계 구축 등</p> <p>향후 계획 권역별로 금년에 신설한 “내부통제기준운영위원회*”를 중심으로 표준내부통제기준을 지속 개선해나갈 계획 * 내부통제기준 운영의 독립성·전문성 확보를 위해 외부 민간전문가 중심으로 구성</p> |

2 투자자가 정기보고서를 쉽고 편리하게 활용하도록 공시서

가 배경

- 국내 주식시장에 대한 투자자관심이 증가*중이며, 기업을 상세히 설명하고 있는 정기보고서 (사업보고서 및 분·반기보고서)에 대한 이용도 매년 증가**중
 - * 고객예탁금 잔액 추이: 27조원('19년말)→66조원('20년말)→69조원('21.7.1기준)
 - ** 이용건수: 64백만건('19년)→82백만건('20년)→44백만건('21년 상반기)
- 정기보고서의 공시항목은 투자자 보호를 위해 매년 확충되었으나, 보고서의 통일성이 저하되고 분량이 과도하여 투자자가 활용하기 어렵다는 비판이 존재

☞ 금감원은 투자자가 정기보고서를 쉽게 활용할 수 있도록 서식체계를 개편

나 주요 개정내용

1 상호 관련된 공시항목을 단일 항목으로 통합

현행 유사한 작성항목이 정기보고서 내 여러곳에 산재하여 투자자가 내용을 통합하여 파악하기 어려움

개정 증권의 발행을 통한 자금 조달, 주주총회 관련 사항을 신설하고 관련 정보를 집중하여 투자자가 종합적 투자의사결정을 할 수 있도록 개선

2 효과적인 정보 접근을 위한 세분화된 메뉴 제공

현행 일부 공시항목은 기재사항이 복잡·방대함에도 정기보고서 목차에 단일 메뉴로만 제공하고 있어 투자자가 필요한 세부항목을 찾기가 어려움

개정 정기보고서 메뉴에 세분화된 목차 항목을 신설하여 투자자가 필요한 정보를 손쉽게 확인할 수 있도록 개선

3 사업의 내용 작성 방식을 변경

현행 기존 사업의 내용은 회사가 속한 사업을 먼저 설명하고 세부사항은 후술하는 방식으로 기재되어 투자자가 투자사업의 내용파악에 많은 시간 소요

개정 도입부에 사업의 내용에 대한 요약정보를 제공하여 투자자가 사업의 내용을 신속하게 파악하도록 보완하며, 산업 분석은 마지막 부분에 배치

4 상세표(Appendix) 항목 신설

현행 연결대상 종속회사 등 일부 표의 경우 여러 페이지에 걸쳐 표시되어 투자자가 실질적으로 필요한 정보를 검색하는데 방해가 되는 경우 존재

개정 정보량이 방대한 표가 있는 경우 본문에는 요약정보만을 제공하고 세부내용은 '상세표(Appendix)' 항목에 기재하도록 하여 정기보고서의 가독성 제고

5 표 작성항목 확대

현행 정기보고서는 서술식 기재방식을 원칙으로 하고 있어, 사실관계를 단순 열거하는 항목의 경우 표 작성방식에 비해 읽기가 어렵고 비교가능성 낮음

개정 표 작성항목을 확대하여 투자자가 한 눈에 파악할 수 있도록 하고 기업간 비교도 용이하도록 개선

다 기대 효과

- 정기보고서 체계를 보다 통일성있게 개선함으로써, 투자자가 기업을 직관적으로 이해하는데 도움을 주고,
- 세부메뉴 신설, 다양한 요약표 제공, 상세표 항목 신설 등을 통해 정기보고서의 활용도를 높임으로써 투자자가 합리적인 의사결정을 하는데 도움이 될 것으로 기대

3 전기차 배터리에 대한 보험상품 보장 강화식 개선

가 추진 배경

- 친환경차 보급 노력과 국민관심의 증대로 전기차 등록대수가 크게 증가*하였으나,
 - * '15년말 5,712대 → '20년말 134,962대
 - 전기차는 사고시 수리비용이 많이 소요되어 소비자의 부담이 큼
- 특히 전기차 배터리 파손시 부분 수리가 거의 불가능하여 배터리를 교체해야 운행이 가능한 경우가 대부분인데,
 - 자동차보험약관에는 중요부품의 새 부품 교체시, 기존부품의 감가상각금액을 공제한 금액을 보험금으로 지급하도록 하고 있어 소비자 부담 초래

☞ 약관상 배터리 보상방식을 명확하게 반영하는 한편, 모든 보험회사가 자차 사고시 배터리 교체비용을 전부 보상하는 상품 도입을 추진

나 약관상 전기차 배터리 보상방식 명확화

- **(현황 및 문제점)** 현행 보험회사 개별 약관은 피보험자동차의 손해액 산정시 엔진 등 중요한 부품을 새 부분품으로 교환할 경우
 - 실손보상 원칙에 따라 그 교환된 기존 부분품의 감가상각 해당 금액을 공제하고 보험금을 지급하도록하고 있었음로 지급하도록 하고 있어 소비자 부담 초래
 - 전기차의 배터리도 자동차의 중요한 부분품에 해당되지만, 약관상 중요한 부분품으로 명확히 규정하고 있지 않아 분쟁 발생우려 제기
- **(개선 내용)** 보험회사의 개별약관에 “전기차 배터리도 감가상각 금액을 공제하고 보험금을 지급하는 중요한 부분품에 해당된다”는 사실을 명확히 반영

다 모든 보험사의 배터리 교체비용 전액배상특약 도입

- **(현황 및 문제점)** 전기차 배터리는 고가인 경우가 많아, 소비자가 교체비용 일부(감가상각 해당 금액)을 부담하더라도 비용이 클 수밖에 없어
 - 소비자가 보험료를 추가 부담하고 배터리 교체비용을 전액 보상받고 싶어도, 일부 보험회사를 제외하고는 이를 보상하는 보험 특약을 판매하지 않음
- **(개선 내용)** 모든 보험회사가 “소비자가 보험료를 부담하면, 자기차량 사고시 배터리 교체비용을 전액 보상”하는 특별약관을 도입
 - 전기차 운전자의 경제적 부담이 완화되고, 그 선택권도 확대될 것으로 예상

< 전기차 배터리 전액 보상 특약 주요 내용(예시) >

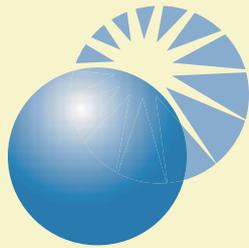
| 구 분 | 내 용 |
|---------|---|
| 대상차종 | 전기자동차 |
| 가입조건 | 자기차량손해 또는 자기차량손해 단독사고 보상 특약 가입시 |
| 내용 연한 | 15년 (※배터리 종류 등에 따라 상이) |
| 가입가능 연식 | (최소) 2년 ~ (최대) 전기차 내용연한 內 |
| 특약 보험료 | (신차) 2,750원, (2년) 10,760원, (5년) 16,130원 |

주) 1. 보험회사별로 특약 명칭, 세부 가입조건 등이 다를 수 있음

2. 보험료(예시) : 38세, 14등급, 1인 한정, 35세 특약, 3년 무사고, 가액(4,695만원), 법규위반 無

라 기대 효과

- 전기차 배터리 보상방식을 명확화하여 불필요한 분쟁을 예방하는 한편
 - 배터리 교체비용 전액 보상 특약의 도입으로 보상 사각지대가 해소되고, 소비자의 선택권이 확대될 것으로 기대



금융감독원
금융소비자보호처