

# 디지털 금융환경에서의 금융소비자보호 정책

(2021.11.03)

한국금융소비자보호재단

금융소비자연구센터

윤민섭 연구위원(Ph.D.)

MinSeop Yun(eandp@kfcpf.or.kr)

# 목차

1. 한국의 디지털 금융환경
2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점
3. 금융소비자보호의 방향성

# 1. 한국의 디지털 금융환경

- IT 기술 및 핀테크 산업의 발달로 디지털금융 활성화
  - ✓ 2008년 금융위기 이후 강화된 금융규제로 인해 약화된 금융접근성을 높이는 방향으로 핀테크가 활용됨

<디지털 경제 확산과 금융산업구조의 변화>



\* 출처 : 한국은행, 2021

# 1. 한국의 디지털 금융환경

- 한국은 핀테크 산업 육성전략을 채택하면서 디지털 금융으로 전환 추진
  - ✓ 2015년 5월 「핀테크 산업 활성화 방안」을 발표

## <핀테크 산업 육성 추진 전략>



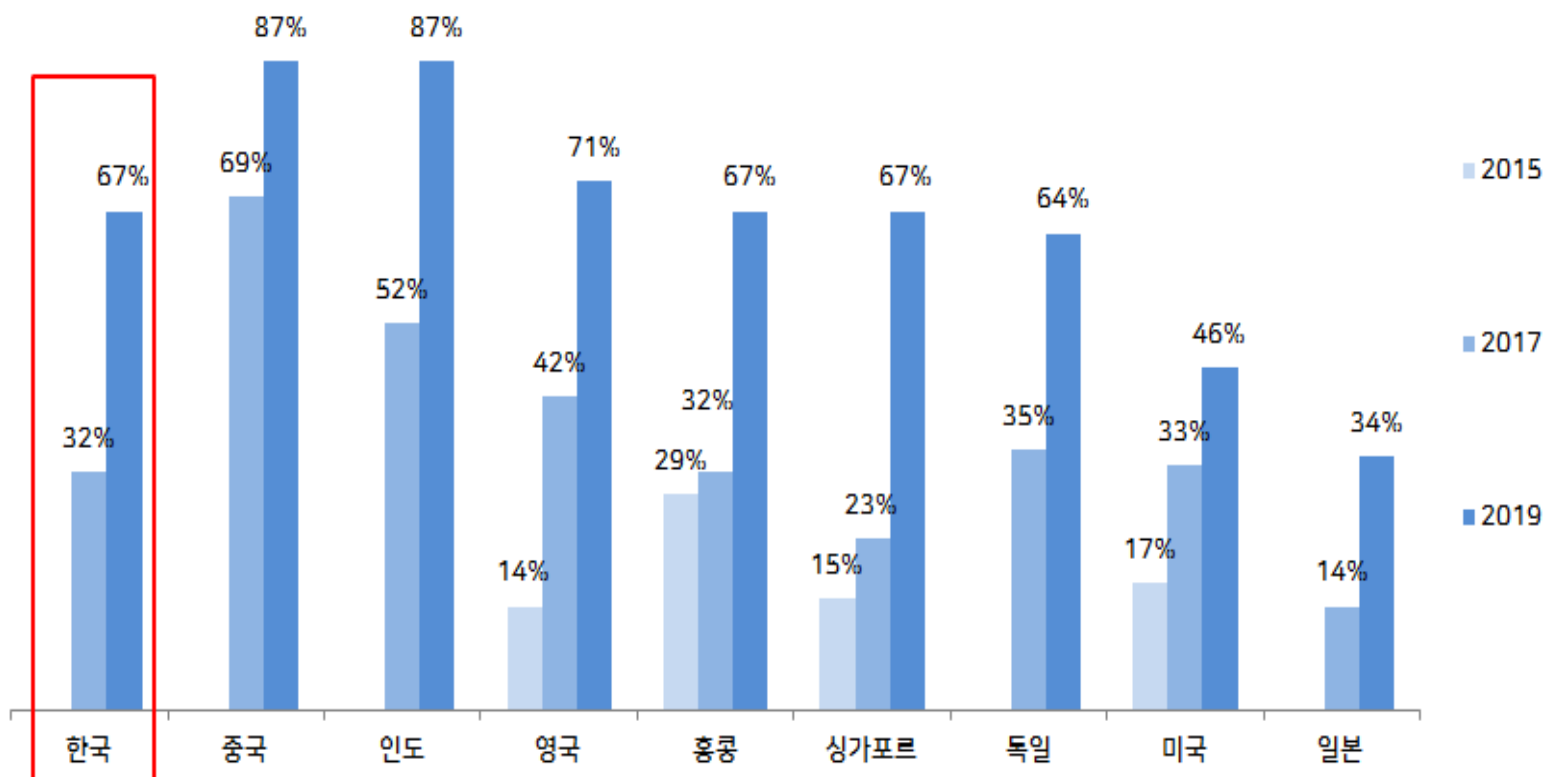
\* 출처 : 금융위원회

- ✓ 2019년 「금융혁신지원 특별법」 및 금융규제샌드박스 시행
  - ❖ 21년 9월 기준 혁신금융서비스 153건 지정, 94건의 서비스가 출시

# 1. 한국의 디지털 금융환경

- 한국은 간편결제 및 송금을 시작으로 활성화되고 있으며 이미 생활속에 자리잡고 있음

<국가별 핀테크 도입 지수(Ernst & Young)>



주. 한국은 2017년부터 조사하는 것으로 지수는 조사대상 중 최근 6개월간 2개 이상의 핀테크 서비스를 이용한 비율이 기준임

\* 출처 : 금융위원회

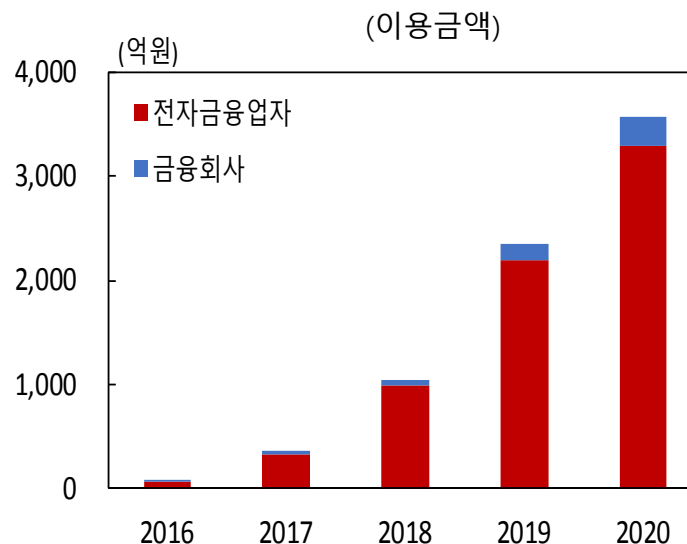
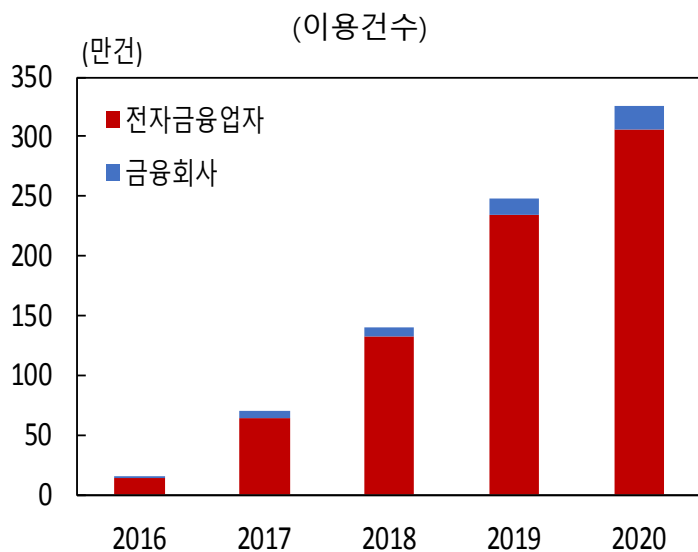
# 1. 한국의 디지털 금융환경

- Ernst & Young(2019) 보고서에 따르면 핀테크에 대한 소비자의 인지도는 전세계적으로 높은 수준임
  - ✓ 금융인프라가 부족한 인도, 중국 등이 높은 반면, 미국, 영국 등 전통적으로 금융인프라가 구축되어 있는 국가에서는 낮게 나타나고 있으나, 정책적으로 육성 및 지원하는 경우 핀테크 도입지수가 높아짐
  - ✓ 핀테크에 대한 소비자 인지도는 송금·지급결제(96%), 보험(86%), 투자(78%), 대출(76%) 등 대부분의 분야에서 높은 수준이며,
  - ✓ 한편, '19년에는 보험 분야의 이용률이 크게 증가('15년 8% → '17년 24% → '19년 48%)
  - ✓ 한국의 경우 토스의 사례를 보면 앱사용자는 2,000만 명을 넘어섰으며, 월간 이용자수(MAU)도 1,100만 명 수준으로 집계
    - ❖ 2021년 6월말 기준 인구통계에 따른 20세 이상의 인구인 약 4,300만 명의 절반에 가까운 사람이 토스앱을 사용한다는 의미

# 1. 한국의 디지털 금융환경

- 한국의 디지털 금융의 이용도는 지속적으로 증가하고 있음
  - ✓ 국내 간편송금 서비스 이용실적은 2020년 기준으로 일평균 326만건, 3,566억원으로 전년대비 각각 31.1%, 52.0% 증가하는 등 지속적으로 이용실적이 증가하고 있음

## <간편송금 서비스 이용율>

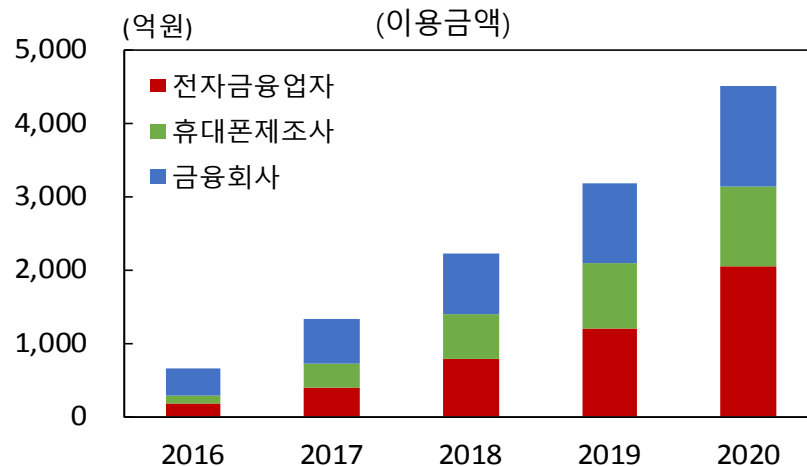
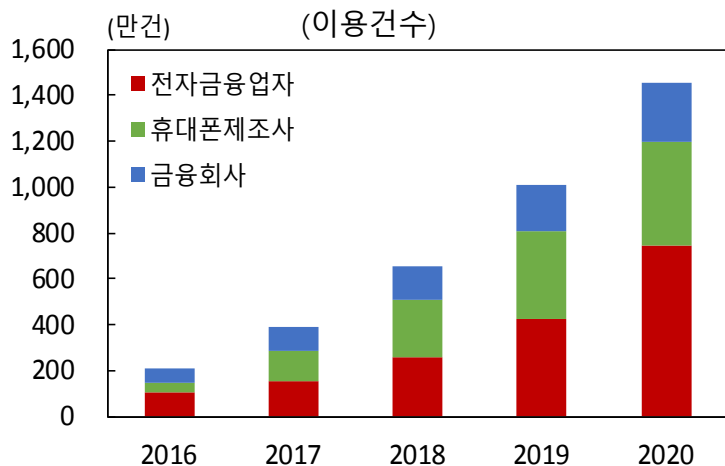


\* 출처 : 한국은행, 2021

# 1. 한국의 디지털 금융환경

- ✓ 간편결제 서비스 이용실적은 2020년 기준으로 일평균 1,455만건, 4,492억원으로 전년대비 각각 44.4%, 41.6% 증가하는 등 지속적으로 이용실적이 증가
  - ❖ 금융회사 및 휴대폰소액결제보다, 전자금융업법상 선불전자지급수단 등의 이용실적이 급증

<간편결제 서비스 이용율>



\* 출처 : 한국은행, 2021

# 1. 한국의 디지털 금융환경

- 2019년부터 혁신금융으로 지정받아 시작된 대출비교 중개서비스는 저축은행 중심으로 활성화
  - ✓ 10개 저축은행의 누적 신규 개인신용대출 12조2215억원 중 18.9%(2조 380억원)가 대출 비교 플랫폼을 통해 취급

<대출비교서비스를 통한 저축은행 중개 비중>



\* 출처 : 금융감독원 및 글로벌 이코노믹

## 2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

- 디지털 금융으로의 전환은 매우 급속도로 이루어지고 있어, 기존의 금융소비자 정책 및 법제도가 미처 쫓아가지 못하고 있음
  - ✓ 최근 맞춤형 광고와 중개의 구분 쟁점, 온라인 설명의무이행 방법 등
  - ✓ 자유의지에 의한 선택 vs 유도된 선택
- 디지털 금융에서의 금융소비자 쟁점으로 아래의 사항을 살펴보고자 함

### 가. 금융소비자의 자기책임원칙 강화

### 나. 디지털 금융소외 현상

### 다. 판매행위의 모호성

### 라. 설명의무의 변화

## 2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

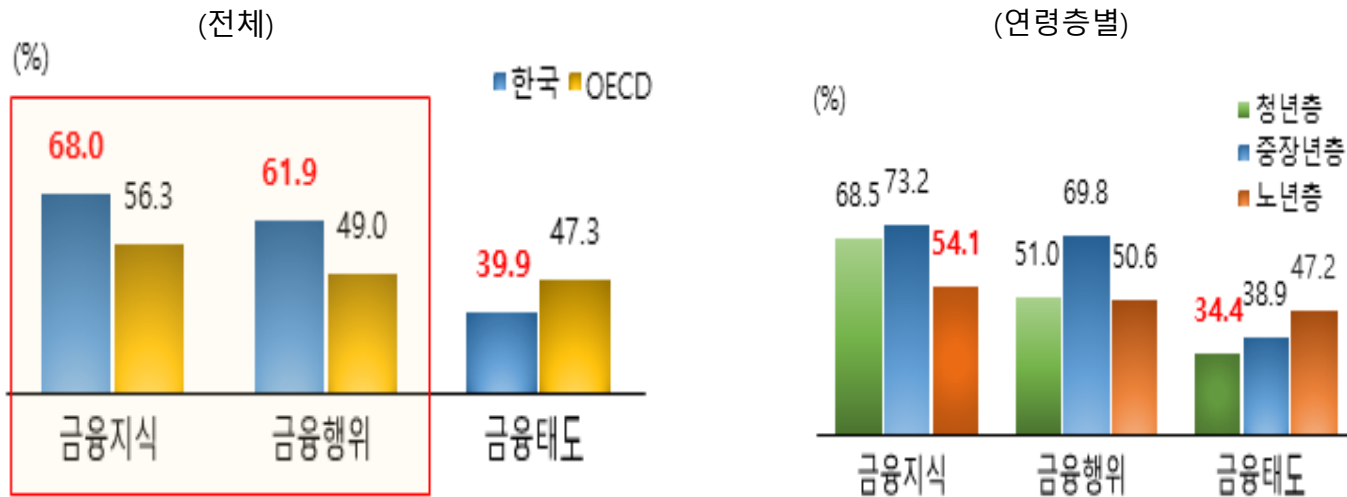
### 가. 금융소비자의 자기책임원칙 강화

- 디지털 환경에서는 금융회사는 정보를 제공하고, 금융소비자는 해당 정보를 바탕으로 스스로 선택하는 방식으로 계약 체결
  - ✓ 기존의 오프라인 금융환경에서는 금융회사가 금융소비자에게 적합한 금융상품을 이해하기 쉽게 설명하였는가가 중요한 쟁점으로 그에 대한 입증책임 등이 금융회사에게 부과하여 다양한 확인절차를 거치도록 하고 있었음
- 적합성 원칙보다 적정성 원칙 적용 증가
  - ✓ 금융소비자의 주관적 진술에 의존하던 금융정보분석(투자성향분석등)이 데이터 공유 및 마이데이터 산업활성화로 객관화되면서 금융소비자가 자유의지에 의한 선택으로 금융상품계약이 체결될 가능성이 높음.
  - ✓ 또한 추천 및 권유보다 금융상품에 대한 비교탐색이 가능해짐에 따라 적합성 원칙보다는 적정성 원칙이 적용되는 사례 증가 예상

## 2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

- 자기책임이 강화되는 디지털 금융에서는 금융상품에 대한 이해도 등 금융소비자의 금융역량이 중요한 요소임
  - ✓ 「2020 전국민 금융이해력 조사」(한국은행 및 금융감독원 공동 실시)에 따르면 우리나라 성인(만18~79세)의 전반적 금융이해력은 대체로 양호하나, 노년층은 금융지식, 청년층은 금융태도 점수가 상대적으로 취약

<금융이해력 평균 및 연령층별 금융역량>



\* 출처 : 금융감독원

## 2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

### 나. 디지털 금융소외 발생

- 전통적인 금융소외는 낮은 신용, 지역적 특징 등이 금융접근성 기준
- 디지털 금융에서는 디지털 기기의 활용능력, 금융상품 이해력 등이 금융접근성에 대한 기준이 됨
  - ✓ 4대 정보취약계층(장애인 · 저소득층 · 농어민 · 고령층)의 디지털정보화 수준은 일반국민 대비 72.9%에 불과
  - ✓ 세부적으로, 정보취약계층의 디지털정보화에 대한 접근수준은 일반국민 대비 93.7%로 양호하다 볼 수 있으나, **역량수준은 60.3%, 활용수준은 74.8%**로 정보취약계층의 디지털기기 이용역량이나 활용수준은 상당히 취약

## 2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

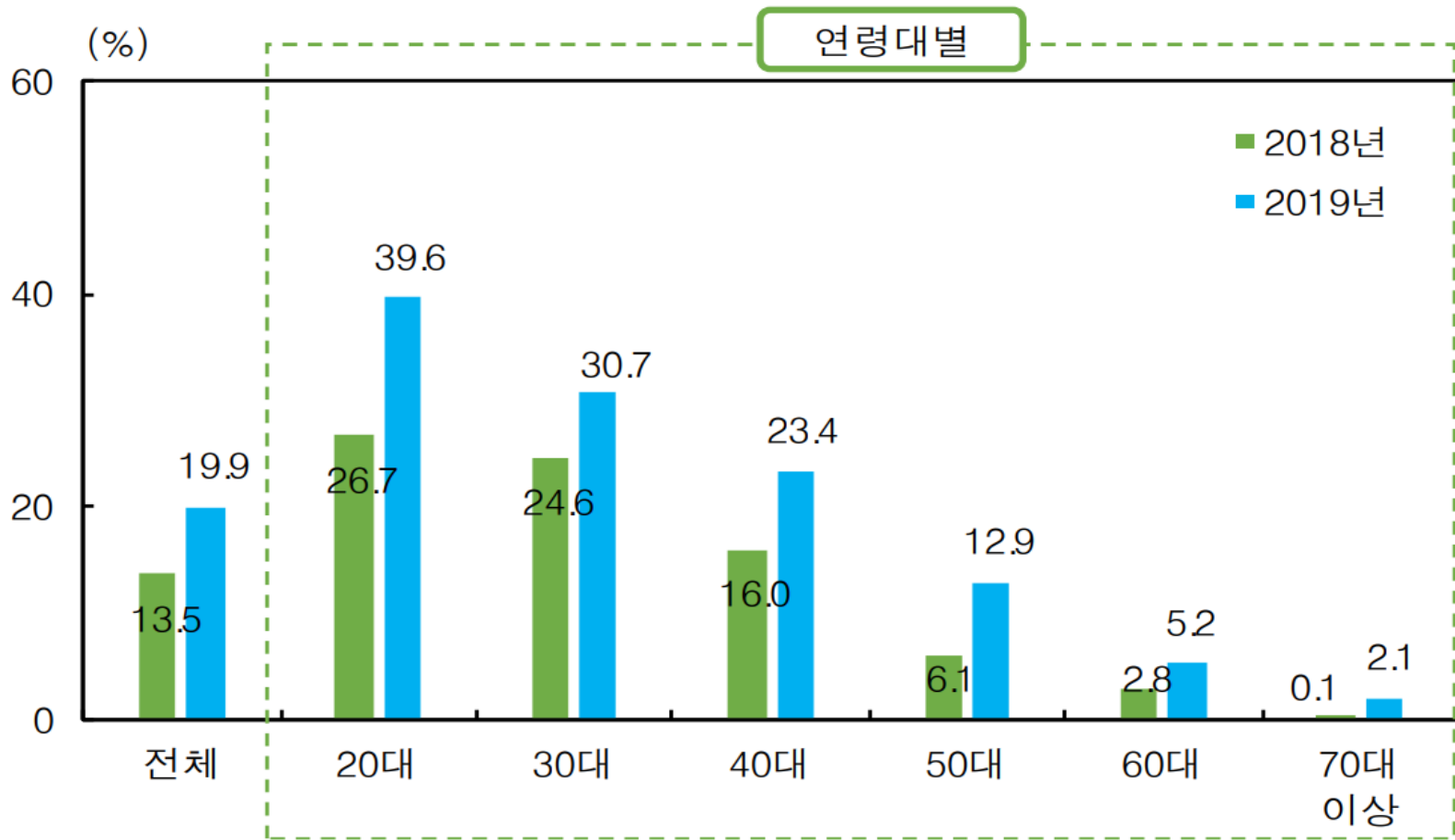
<디지털 생활정보서비스 이용률>

	생활정보 서비스	전자상거래 서비스	금융거래 서비스	공공서비스
일반국민	85.2%	64.1%	60.8%	35.4%
장애인	87.5%	55.1%	51.0%	31.4%
저소득층	88.4%	55.7%	52.4%	31.9%
농어민	83.3%	44.4%	48.2%	24.3%
고령층	79.6%	37.0%	41.1%	19.3%

자료: 과학기술정보통신부 「2020 디지털정보격차 실태조사」(연구자 재구성)

## 2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

<인터넷전문은행의 모바일 뱅킹서비스 이용비율>



자료: 한국은행

## 2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

- 전통 금융회사도 비대면으로 전환하면서 경영실적 개선 등을 위해 영업점포를 폐쇄하는 등 대면거래의 접점이 감소하면서 금융소외 심화
  - ✓ 최근 5년(2016~2020년)간 은행점포는 다음의 표와 같이 약 876개 감소

<2020년 말 기준 국내은행 점포 변화>

(단위: 개)

구분	'15말	'16말	'17말	'18말	'19말	'20말
시중은행	4,314	4,144 (△170)	3,861 (△283)	3,834 (△27)	3,784 (△50)	3,546 (△238)
지방은행	964	967 (+3)	952 (△15)	933 (△19)	933 (-)	889 (△44)
특수은행	2,003	1,990 (△13)	1,976 (△14)	1,999 (+23)	1,992 (△7)	1,970 (△22)
합계	7,281	7,101 (△180)	6,789 (△312)	6,766 (△23)	6,709 (△57)	6,405 (△304)

주. 특수은행은 산업은행, 기업은행, 수출입은행, 농협은행, 수협은행등임  
 자료: 금융감독원(업무보고서 기준)

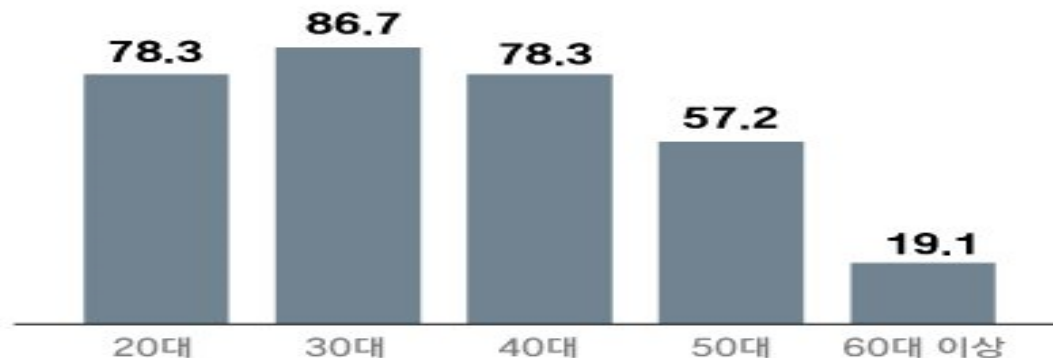
## 2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

- 비대면 방식의 디지털 금융을 이용하지 못하면 우대금리 등을 적용받지 못함
  - 올해 상반기 5대 시중은행(KB국민·신한·하나·우리·NH농협은행)에서 20~30대 적금 가입자의 82.8%는 비대면으로 했다. 반면 60세 이상에선 80.9%가 영업점 창구에서 대면으로 적금에 가입

<연령별 비대면 적금 가입비율>

### 연령별 비대면 적금 가입 비율

단위: %, 2021년 6월 기준



## 2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

### 다. 판매행위의 모호성

- 오프라인 금융에서는 광고, 추천 및 권유 등의 판매행위간 구분이 명확하였음
- 디지털 금융에서는 금융소비자의 금융정보등을 활용하여 맞춤형 금융상품을 추천하는 등의 방식으로 마케팅 가능
  - ✓ 빅데이터만을 활용하는 경우 광고로 볼 수 있지만, 금융소비자의 신용점수, 투자성향 등과 같은 정보를 활용하는 경우 금융소비자보호법상 권유에 해당할 가능성 높음

## 2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

- ✓ 즉, 일반 재화 등에서 추천으로 용인되던 행위는 금융분야에서는 권유에 해당하여 적합성 원칙 등 판매규제 적용
- ✓ 그 밖에 소비자 식별정보제공, 결제 및 내역 정보열람 등 기존 전자상거래에서 광고 및 부가 서비스의 형태로 이루어지던 것도 금융에서는 다르게 판단될 수 있음
- 판촉행위로서 광고와 판매행위로서 권유간 경계가 모호해짐에 따라 규제적용을 위한 기준 필요
  - ✓ 금융소비자의 이용정도, 판매과정 전반 및 판매업자와의 계약내용\* 등 제반사항을 객관적으로 판단

\* 판매실적에 따른 수수료 지급여부, 상품 공급규모 결정권한 등

## 2. 디지털 금융환경과 금융소비자 쟁점

### 라. 설명의무의 변화

- 설명의무는 원칙적으로 대면 또는 실시간 대화 등을 전제하고 하여 금융 소비자 충분히 이해하여야 이행한 것으로 봄
  - ✓ 금융소비자보호법 제19조(설명 의무) ① 금융상품판매업자등은 일반금융소비자에게 계약 체결을 권유하는 경우 및 일반금융소비자가 설명을 요청하는 경우에는 다음 각 호의 금융상품에 관한 **중요한 사항을 일반금융소비자가 이해할 수 있도록 설명하여야 한다.**
- 디지털 금융에서는 주로 비대면으로 금융상품판매행위가 이루어지므로 사실상 설명의무가 아닌 정보제공 및 수신확인 의무에 가까움
  - 확인 방식 및 Default 값을 무엇으로 하는가에 따라 설명의무의 형해화 위험 상존

### 3. 금융소비자보호의 방향성

#### 가. 금융소비자의 역량 강화

- 금융소비자의 자기책임원칙이 강화되는 만큼 금융소비자의 역량에 대한 강화 필요

#### 1) 실효성 있는 금융역량조사 실시

- 현재 한국은 17여개의 질문으로 구성된 금융이해력 조사 실시
- 영국, 미국 등 해외 주요국은 국민의 심층적인 금융역량 수준을 파악하기 위하여 구조화된 설문으로 금융역량조사를 설계 및 시행
  - ✓ 영국 금융연금서비스(MaPS)의 '금융역량조사'(Financial Capability Survey), 미국 증권업자율감독기구(Finra) 산하 투자자교육재단의 '전미 금융역량조사'(National Financial Capability Survey), 미국국립신용상담재단(NFCC)의 '금융이해력 조사'(Financial Literacy Survey) 등이 대표적인 사례

### 3. 금융소비자보호의 방향성

#### 2) 금융교육 체계 개편

- 금융위원회, 금융회사 및 민간단체의 협력체계 구축
  - ✓ 현재 한국은 금융회사의 1사 1교 및 민간단체 등에 의존하여 실질적 한계가 있음
  - ✓ 금융회사등이 사회공헌활동의 일환으로 금융교육에 필요한 재원을 지원
  - ✓ 금융교육협의회가 해당 재원을 바탕으로 금융교육사업을 추진
    - 재원의 관리 및 집행은 비영리법인 등이 담당
  - ✓ 비영리법인 등은 교육콘텐츠 제작 및 강사양성 등 실질 교육업무 담당
    - 현재 법무부의 법교육의 경우 법무부가 정책을 비영리법인 등이 강사양성 등 실질 교육업무 담당

#### 3) 학교교육과의 연계 강화

- 초중고의 기초 교육으로 금융교육 포함 필요
  - ✓ 영국의 경우 공립학교 11 ~ 16세 필수 이수과목인 '시민성(Citizenship)'에 금융교육을 포함. 미국의 경우 7개 주에서는 금융을 고등학교 졸업을 위한 필수 이수과목으로 지정

### 3. 금융소비자보호의 방향성

#### 나. 디지털 금융소외 현상 완화 정책 추진

##### 1) 정보취약계층 대응체계 구축

###### ■ 취약계층의 범위에 정보취약계층 포함

- ✓ 금융소비자보호법은 금융상품판매업자 등과 같은 금융업자에게 내부통제기준으로 취약계층에 대한 대응방안을 마련하도록 규정하고 있으나, 취약계층의 범위에 정보취약계층이 포함되는가 명확하지 않음
- ✓ 2021년 영국의 FCA는 취약 금융소비자란 인지 장애, 건강 불량, 낮은 금융역량 등 개인적인 원인으로 금융 관련 피해를 입기 쉬운 사람으로 정의하면서 취약금융소비자를 상대로 금융회사가 취해야할 대응지침을 발표
  - ① 취약 금융소비자 이해, ② 직원 역량 강화 및 지원, ③ 금융상품 및 서비스 설계, ④ 고객서비스, ⑤ 의사소통, ⑥ 모니터링 및 평가 등을 대응체계에 반영하도록 하도록 함

### 3. 금융소비자보호의 방향성

<취약성을 유발하는 4가지 주요요인과 관련된 특성(영국 FCA)>

건강 (Health)	생애 사건 (Life events)	재정적·감정적 충격에서의 회복력 (Resilience)	금융역량 (Capability)
신체적 장애	은퇴	부족하거나 비정기적인 수입	재무관리 관련 지식이나 자 신감 부족
심각하거나 장기적인 질병	가족과의 사별	과도한 부채	문해력이나 산술능력 부족
청각 또는 시각 장애	소득 충격	저축액 부족	디지털 능력이 부족하거나 부재
중독	가정폭력 (경제적 통제 포함)	감정적 회복력 부족	학습 장애
저지능 혹은 인지장애	부양책임		도움이나 지원을 받기 어렵 거나 불가능
	이민, 망명, 인신매매, 유죄 선고 등 금융서비스 경험에 영향을 미칠 수 있는 상황		

자료: 금융소비자보호재단

### 3. 금융소비자보호의 방향성

#### 2) 정보취약계층의 금융접근성 향상을 위한 제도 개선

- 취약계층의 특성을 고려한 접근성 향상 방안 마련
  - ✓ 금융교육, 디지털 교육 강화 등 추진도 하나의 방안임
  - ✓ 정보취약계층에게 비대면 금융을 이용하도록 강제하는 것은 적합한 방법이 아님
  - ✓ 신용협동조합 등과 같은 지역기반 금융회사가 지역금융을 보다 활성화할 수 있도록 제도적 지원 및 지역금융의 주축으로 보는 인식의 전환 필요
  - ✓ 우체국 등을 활용할 수 있도록 은행대리업 등을 허용하는 방안 고려

### 3. 금융소비자보호의 방향성

#### 다. 판매행위의 기준 수립 및 관련 규제 정비

##### 1) 금융상품중개 및 대리행위의 기준 명확화

- 현행 규제는 오프라인 판매행위를 중심으로 하고 있어, 디지털 환경의 변화를 반영하고 있지 않음
- 디지털 금융에서는 광고와 판매의 행위사이에 할 수 있는 행위의 스펙트럼이 다양함
- 따라서 금융소비자보호법상 판매행위로 볼 수 있는 원칙 및 최소한의 기준의 수립 필요
  - ✓ 예를 들어, 개별 금융소비자의 금융정보가 권유 등을 목적으로 활용되는 경우 이는 판매행위로 볼 수 있음
  - ✓ 다만, 디지털 금융에서는 구체적 행위가 매우 다양하기 때문에 금융당국과 사업자간 유기적인 협력체계를 구축하고, 비조치의견서 등을 보다 적극적으로 활용하는 방안도 고려할 필요가 있음

### 3. 금융소비자보호의 방향성

#### 2) 진입규제 등 관련 규제 정비

- 금융상품판매업자등의 대한 진입규제는 대출모집인에 대한 경우만 제외하고는 개별금융업법에 규율하고 있음
- 이에 따라 법률상 규제가 상이하여, 사실상 영업이 불가능한 영역도 존재하게 됨
  - ✓ 예를 들어, 보험상품비교 및 추천은 중개에 해당하는 경우 보험대리점 등의 등록을 해야하나, 마이데이터 사업자는 보험대리점(GA) 라이선스를 취득하는게 허용되지 않았음(최근 신용정보업감독규정 개정으로 가능해짐). 또한 투자권유의 경우 현재 법인은 투자권유대행인이 될 수 없음
- 따라서 금융소비자의 편익 증대를 위해서는 관련 진입규제 등의 정비 필요

### 3. 금융소비자보호의 방향성

#### 라. 디지털 금융에 적합한 설명의무 설계

- 설명의무는 금융소비자가 이해하였는가가 핵심요소임
- 디지털 금융환경에서는 금융소비자가 이해하였는지 확인하는 것이 사실상 불가능하므로 소비자의 금융 역량, 디지털 역량 및 온라인 매체의 특성을 종합적으로 고려한 설명서 작성기준 마련 필요
  - ✓ 이때 작성기준에는 스크롤 속도, 확인여부 체크시 기본값 설정 방식 등과 같이 방식에 대한 최소기준 포함 필요
  - ✓ 현재 TM방식에 의한 금융상품판매의 경우 설명하는 시간 등에 대한 규제 존재

# Q & A

# 감사합니다

2021