

# kiri Weekly

2011.12.12 제160호

## 이슈

「금융소비자법(안)」에 대한 검토 및 제언 - 판매규제를 중심으로

## 포커스

일본 편의점의 보험서비스 활용 현황

## 금융보험 해설

중국 금융시장(4): 은행산업 현황(2)

## 국내금융 뉴스

통계청, 장래인구추계와 생명표 발표

한국형 헤지펀드, 12월 중순 출범

12월 금통위, 기준금리 동결

## 해외금융 뉴스

북미 \_ 11월 미국 실업률, 2년 8개월 만에 최저치(8.6%) 기록

유럽 \_ 유럽 정상회의, 유럽 위기 해결 방안 수립 난항

\_ 유로존 구제기금 확대 논의에도 불구하고, S&P, 신용등급 강등  
가능성 시사

\_ 독일·프랑스, EU협약 개정안 발표

\_ 기대와 불안감이 교차하는 유럽정상회의

일본 \_ 일본 대형 손보사와 지주계열 생보사의 영업실적 개선 추세

중국 \_ 외자계 보험회사, 저조한 시장점유율 기록

\_ 위안화 환율 상승세 멈춤, 절상기대 사라짐

## 금융시장 주요지표

**kiri** 보험연구원  
Korea Insurance Research Institute

이슈와 포커스는 연구자 개인의 의견이며, 보험연구원의 공식 견해가 아님을 밝힙니다.

서울시 영등포구 여의도동 35-4 8층 보험연구원 (문의: 김세환 부장 / 02-3775-9051)



# 금융소비자법(안)에 대한 검토 및 제언 - 판매규제를 중심으로

안철경 연구위원, 김경환 수석연구원

## 요약

- 금융위원회는 금융소비자 보호의 실효성 제고와 법 운용·집행상의 일관성 및 체계성 확보를 위하여 2011년 11월 21일 「금융소비자 보호에 관한 법률」 제정안을 입법 예고함.
  - 금융상품 판매에 대한 “동일기능-동일규제”의 원칙을 도입하고, 금융상품 판매행위에 대해 개별 금융업법의 규제보다는 「통합법」하에서 체계적이고 일관된 규제를 마련한다는 점에서 의의가 있음.
  - 특히, 새로이 도입되는 금융상품자문업은 소비자의 다양한 자산관리 수요에 대한 부응, 판매업자의 새로운 사업모형으로 활용 등 소비자 만족 및 금융산업 발전에 기여할 수 있을 것으로 기대됨.
- 그러나 규제 수준 측면에서 보면 「금융소비자법(안)」의 규제 강도가 현행 개별 금융업법 수준을 유지할 것으로 기대되므로 법 제정이 보험산업에 미치는 실질적 영향은 제한적일 것으로 판단됨.
  - 예를 들어, 적합성원칙의 구체적 적용대상은 시행령에 정하도록 되어 있지만, 보험상품에 대해서는 현행과 동일하게 변액보험만이 대상이 될 것으로 예상됨.
  - 아울러 입법 예고된 「금융소비자법(안)」은 규제 다원화로 인해 금융회사 입장에서는 중복·이중규제의 혼란, 감독 차원에서는 일관된 영업행위 규제의 수립·집행에 어려움이 존재할 수 있음을 고려할 필요
- 금융상품자문업은 국내 금융시장의 자문 현실을 반영하지 못한 상황에서 입법화가 진행될 경우 오히려 금융소비자에게 제공하는 자문 기능을 실질적으로 축소시킬 가능성이 있음.
  - 동 법안은 금융상품 자문업자를 법인으로 한정하면서 대리행위를 금지하고 있음에 따라 보험회사나 보험대리점 소속 설계사들의 자문서비스 제공 여지를 차단하고 있으므로 추가적 검토가 요구됨.
  - 소비자의 자문 대가 지급의 경우 금융소비자들이 자문서비스 대가(fee)를 지불하려 하지 않는 국내 현실을 고려하여 자문업 도입 실효성을 제고하기 위한 조치가 필요
  - 자문 요건과 관련하여 금융상품자문업은 판매업과는 달리 최소 자격요건을 요구하지 않기 때문에 소비자 피해를 야기할 가능성도 있으므로 향후 별도의 자문자격제도 도입을 검토할 필요
- 또한, 보험설계사를 비롯해 전 금융업권에서 종사하는 판매업자에 대한 정보(예를 들면, 불완전판매 경력 등)를 집적 및 조회할 수 있는 법적 근거를 「금융소비자법(안)」에 마련할 필요가 있음.

## 1. 검토배경



- 2008년 이후 정부는 금융소비자 보호의 실효성을 높이기 위해 금융관계법률에 대한 판매규제 통합작업을 지속적으로 추진해 왔으나, 다수의 의견 상충으로 큰 진전을 이루지 못하였음.
  - 서울대학교 금융법센터(2008) 및 자본시장연구원(2009)의 연구용역과 정책토론회(2010)를 통해 「금융소비자법(안)」의 필요성과 주된 골격이 갖추어짐.
  - 그러나 추진과정에서 3개 권역 금융업계의 반대<sup>1)</sup>에 부딪혀 법 제정이 더디게 진행되어 옴.
- 최근 저축은행 부실화 과정에서 드러난 금융소비자 피해를 계기로 금융소비자 감독기구 개편 및 판매규제 일원화를 위한 통합법 제정이 추진력을 얻음.
  - 글로벌 금융위기 이후 소비자 보호를 위한 다양한 제도 개선에도 불구하고 KIKO, 저축은행 후순위채 등 불안전판매 문제가 발생함.
  - 미국, 영국 등 선진국은 별도의 금융소비자보호기구를 설치하는 등 금융소비자 보호 기능 및 조직을 강화하는 추세임.
- 이러한 과정 속에서 금융위원회는 금융소비자 보호의 실효성 제고와 법 운용·집행상의 일관성 및 체계성 확보를 위하여 2011년 11월 21일 「금융소비자 보호에 관한 법률(이하 ‘금융소비자법’이라 함)」 제정안을 입법 예고함.
  - 동 법안의 제정 취지는 현행 금융업권별 규제체계를 기능별 규제체계로 전환함으로써 모든 유형의 금융상품 및 서비스의 판매행위 전반을 규율할 수 있는 법체계를 마련하고, 금융소비자 보호 기능의 독립성을 강화하여 건전성 감독과 금융소비자 보호 감독 간에 견제와 균형을 확보하고자 함임.
- 이에 본고는 「금융소비자법(안)」의 주요 내용과 보험산업에 미치는 영향 및 문제점을 간략히 살펴보고, “판매규제”를 중심으로 법률 제정안의 개선방향을 모색하는 데에 초점을 맞추고자 함.

1) 보험업계는 다수 금융업권의 관련 법률들을 일원화할 경우 특정 개별 금융업권의 법 제정 취지와 목적이 훼손될 수 있어 통합법 정비과정에서 한 업종의 특성이 무시되거나 간과될 수 있는 위험성이 높다는 의견을 제시하였고, 은행 및 금융투자업계도 역시 현행 금융업법 내에서 추진되는 것이 바람직하다는 의견을 제시하였음.

## 2. 주요 내용<sup>2)</sup>



### 가. 기본 체계

- 「금융소비자법(안)」은 금융소비자 입장에서 금융상품 속성 및 판매행위 속성을 재분류 및 체계화하여 “동일기능-동일규제” 체계를 도입함.
  - 은행, 금융투자, 보험, 여전, 저축은행, 신탁 등 금융관계법상의 금융회사가 취급하는 모든 금융상품 및 서비스를 “예금성·투자성·보장성·대출성 상품”으로 재분류
  - 현행 금융관계법상의 모든 판매채널을 “직판업자, 판매대리·중개업자, 자문업자”로 재분류
  - 동 법안은 도입부에서 신의성실의무, 관리책임 및 손해배상책임 등 금융소비자 보호를 위해 판매업자 등이 준수해야 할 기본적인 원칙들(금융소비자 보호의 일반원칙)을 천명
- 감독적 차원에서는 금융소비자 보호 강화를 위하여 금융위원회에 금융소비자 정책 수립 등 금융소비자 보호 의무를 부과하고, 금융감독원 내에 “금융소비자보호원”을 준독립기구로 설치하며, 판매업자 등에 대한 관리감독 및 제재 근거를 마련함.

〈표 1〉 「금융소비자법(안)」의 구성

구성	주요 내용
1장 총칙	법의 목적, 금융소비자의 개념, 금융상품 및 금융상품 판매업자 등의 정의
2장 소비자보호 일반원칙	신의성실의무, 판매업자 등의 관리책임·손해배상책임
3장 판매업자 등의 등록	미등록 판매업자 등의 영업행위 금지, 판매업자 등의 겸영 제한
4장 판매업자 등의 영업행위	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공통 영업행위규칙: 적합성원칙, 적정성원칙, 설명의무, 구속성 계약체결 금지, 부당권유행위 금지, 광고 관련 준수사항, 계약서면의 교부의무</li> <li>- 판매업자별 영업행위규칙: 미등록자에 대한 위탁 금지, 판매대리·중개업자의 금지행위·고지의무, 자문업자의 금지행위</li> </ul>
5장 금융소비자 보호	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 금융소비자정책 수립 등: 금융소비자정책 기본계획, 금융소비자 교육, 금융교육 협의회, 금융상품 비교공시, 금융민원 평가, 금융소비자보호 모범규준</li> <li>- 금융분쟁의 조정</li> </ul>
기타	제6장 감독 및 처분, 제7장 보칙, 제8장 벌칙, 부칙

2) 금융위원회의 「금융소비자보호에 관한 법률 제정안 주요내용」(보도자료, 2011.11.18) 및 「금융소비자보호에 관한 법률 제정안」(입법예고, 2011.11.21)을 토대로 정리함.

## 나. 진입규제

- 금융상품 판매업자 등을 판매업무 유형별로 구분(직판업자, 대리·중개업자 및 자문업자)하고 「금융소비자법(안)」에서 일원화하여 등록·관리하되, 현행 개별 금융업법상의 진입규제와 상충되지 않도록 운영함.
  - 현재 다양한 금융상품 판매채널이 존재하나, 개별법에서 각각 등록·관리됨에 따라 대출모집인, 리스·할부 에이전트, 금융자문 등 일부 판매채널에 대한 규제근거 및 감독이 미흡함.
- 금융상품 판매업자 등은 업(業)의 유형, 금융상품의 유형에 따라 업무단위의 전부나 일부를 선택하여 금융위원회에 등록하여야 함.
  - 현재 개별 법령에 근거하여 영업행위를 하고 있는 금융상품 판매업자 등은 별도 조치 없이 현행 업무범위 내에서 「금융소비자법(안)」상의 등록자로 자동전환함.
  - 금융상품 판매업자 등은 등록업무 단위 중 금융소비자의 이익과 상충될 우려가 있는 업무에 대해 겸영을 제한함.

## 다. 신규업자 신설: 금융상품자문업, 대출모집인

- 소비자에게 금융상품 포트폴리오 구성 및 자산운용전략 등 종합적인 컨설팅을 제공하는 금융상품자문업을 신설하고, 이해상충 방지장치 등 소비자 보호를 위한 규제체계를 갖추도록 함.
  - 금융상품자문업의 진입자격은 법인으로만 제한하고, 대리행위는 금지함.
  - 금융상품자문업자는 자문에 대한 대가로 판매업자로부터 판매수당(commission)을 받는 것이 아니라 금융소비자로부터 자문 수수료(fee)를 취득함.
- 현재 별도의 법적 근거 없이 금융업권별 모범규준에 따라 운영되고 있는 대출모집인에 대한 등록규정을 마련하여 관리·감독을 강화함.
  - 대출모집인에 대해 설명의무, 적합성원칙 등 판매행위규제를 적용하고, 대출모집인의 위법행위로 소비자에게 손해가 발생한 경우 대출모집을 위탁한 금융회사에 사용자책임을 부과함.

## 라. 영업행위규제

■ 개별 「금융업법」상 판매행위규제를 총망라하여 모든 금융상품에 관한 「6대 판매행위 규제 원칙」을 규정함(상품속성규제).

- 금융거래 영업행위규칙은 판매업자가 대고객 업무 시 지켜야 할 포괄적 의무사항을 의미함.
- 금융업권별 판매규제·소비자 보호 수준의 상이 및 규제공백의 우려 극복을 위한 일반원칙이지만, 상품유형별 특성을 감안하여 상품별로 규제 적용 여부 및 규제 내용을 차별화함.

〈표 2〉 상품속성규제(영업행위규제)의 주요 내용

원칙	개념
적합성원칙	금융소비자의 재산상황 등에 비추어 가장 적합한 상품을 권유해 줄 원칙
적정성원칙	소비자가 구매하고자 한 상품이 해당 소비자에게 적절하지 않을 경우 알려주도록 하는 원칙
설명 의무	구매권유 시 소비자가 반드시 알아야 할 금융상품의 주요내용을 설명
구속성계약체결금지	소비자가 원하지 않는 다른 금융상품도 같이 구매하도록 강요하는 행위 금지
부당권유행위금지	단정적 판단 또는 허위사실을 제공하는 등 부당한 권유행위 금지
광고 관련 준수사항	금융상품 광고 시의 필수적 포함 사항과 금지 행위에 대한 규제

■ 상품 및 판매채널에 공통으로 적용되는 영업행위규칙 이외에 판매업자 등의 행위 속성에 따라 추가로 정의되어야 할 영업행위규칙을 규정함(행위속성규제).

〈표 3〉 행위속성규제(판매업자별 영업행위규칙)의 주요 내용

행위	개념
미등록자에 대한 위탁금지	법에 따라 등록된 대리·중개업자 이외의 자에게 판매를 위탁하는 행위 금지
급부수취금지	직판업자에게 수령권한을 위탁받지 않고 금융소비자로부터 보험료, 투자금 등의 계약상 급부를 수취하는 행위 금지
재위임·재위탁금지	직판업자로부터 위임·위탁받은 업무를 법령상 근거 없이 제3자에게 재위임·재위탁하는 행위 금지
비전속업자의 전속판매금지	둘 이상의 직판업자를 대리·중개하는 자가 금융소비자에게 어느 특정 직판업자의 금융상품에 대해서만 구매를 권유하는 행위 금지
수수료 외 금품 등 수취금지	직판업자에게 정해진 수수료 이외에 추가적인 이익을 요구·수취하는 행위 금지
주요정보 고지의무	대리·중개업자가 자신에 대한 주요정보(위탁 직판업자의 명칭, 전속여부, 체결권한 등)를 금융소비자에게 알려줄 의무
자문업자의 금지행위	판매업자로부터 독립하여 자문을 수행하고, 거래관계가 있는 금융회사 공개, 판매업자로부터 금품을 수수하는 행위 금지 등

- 상품속성규제(영업행위규칙)가 포괄적이고 추상적인 면이 있어 행위속성규제를 통해 보다 구체적으로 불건전 영업행위를 규정하여 규제함으로써 이를 보완(상품 속성별로 적용 여부와 적용 강도를 차등 설정)함.

#### 마. 금융소비자보호원의 설치

##### ■ 금융감독원 내에 설치하되, 인사·예산·업무상 독립성을 강화하여 준(準)독립기구화함.

- 금융소비자보호원장은 후보추천위원회의 추천을 받아 금융감독원장 제청으로 금융위원회가 임명하고, 소속 직원은 금융소비자보호원장이 금융감독원장과 협의하여 임명함.
- 금융분쟁조정, 금융교육, 민원처리 등의 업무를 금융소비자보호원의 전속적 업무로 규정하고 금융감독원장의 지시·감독을 배제함.
- 금융소비자보호원에 사실조사권 및 조치건의권을 부여하여 업무 독립성을 확보함.

#### 바. 금융소비자 보호 정책 수립, 금융교육 강화 및 분쟁조정제도 개선

##### ■ 금융위원회가 금융소비자 보호 정책에 관한 기본계획을 마련하고 시행하도록 규정함.

- 금융소비자 보호에 관한 중장기적인 비전을 마련하고, 이에 따라 일관된 정책을 수립 및 추진
- 금융교육·금융분쟁조정제도 운영과정에서 발견한 제도 개선사항 등을 정책 수립 시 반영함.

##### ■ 금융소비자교육에 대한 금융위원회의 의무를 명시하고, 금융소비자 권익보호를 위해 올바른 권리행사 및 금융상품 판단능력 향상을 위한 금융소비자 교육을 실시하도록 함.

- 금융교육의 컨트롤타워로서 급변하는 금융환경에 대응하여 다양한 교육 프로그램을 개발함.
- 금융소비자 교육의 효율적 수행을 위해 금융위원회에 관련 전문기관이나 단체, 전문가 등이 참여하는 금융교육협의회를 설치·운영함.

##### ■ 분쟁조정과 소송이 경합할 경우 법원의 결정에 따라 소송 중지가 가능한 소송중지제도를 도입

- 특히, 금융회사에 대해서는 일단 소액사건(예: 500만 원 이하)의 분쟁조정 절차가 개시되면 완료되기 전까지 소송제기를 금지함.

### 3. 검토 의견



#### 가. 법 제정의 영향

- 금융상품 판매과 관련하여 “동일기능—동일규제”의 원칙을 도입하고 있는 「금융소비자법(안)」은 금융상품 판매행위에 대해 개별 금융업법의 규제보다는 통합법 체제하에서 체계적이고 일관된 규제를 마련한다는 점에서 의의가 있음.
  - 최근에는 개별 금융권역을 넘어 복합금융상품이 활발히 개발되고 있어 이를 일원적으로 관리할 수 있는 법제 마련이 요청되고 있으며, 금융상품 판매행위에 대한 기능별 규제체계는 향후 새로운 판매기능의 등장에 따른 규제공백을 제거하는 효과도 거둘 수 있음.
- 그러나 규제 수준 측면에서 보면 「금융소비자법(안)」의 규제 강도는 현행 개별 금융업법의 수준을 유지할 것으로 기대되므로 법 제정이 보험산업에 미치는 실질적 영향은 제한적일 것으로 판단됨.
  - 「금융소비자법(안)」이 추구하는 바는 체계적이고 일원화된 감독기반의 형성이며, 현행 개별 금융업법에서 인정하는 판매채널 및 영업범위의 규제 수준을 변화시키는 것은 아니기 때문임.<sup>3)</sup>
  - 예를 들어, 적합성원칙의 구체적 적용대상은 시행령에서 정하도록 되어 있지만, 보험상품에 대해서는 현행과 동일하게 변액보험만이 대상이 될 것으로 예상됨.

#### 나. 판매규제 체제

- 「금융소비자법(안)」의 제정 취지는 향후 금융상품과 관련하여 다양한 시장혁신이 나타날 경우를 대비하고, 일체의 판매행위를 공백 없이 규율하기 위해 통합법 체제하에서 기능별 규제를 부과하고자 하는 것이므로 이러한 취지에 부합하도록 판매규제 체제를 정비할 필요가 있음.
  - 이에 따라 체계적이고 일원화된 감독기반 형성이라는 통합법으로서의 목적달성을 위해서는 관련 금융업법에서 판매규제 관련 규정을 「금융소비자법(안)」으로 완전히 이관시키고 개별 금융업법상의 규제는 전부 삭제하여야 할 것임.

3) 연태훈(2010.10.30), 「금융소비자보호법 제정의 필요성과 개요」, 금융소비자보호법(가칭) - 금융소비자 보호 강화를 위한 기본방향 토론회 자료, 한국개발연구원·자본시장연구원·서울대학교 금융법센터, p. 7.

- 그러나 「금융소비자법(안)」에는 금융업권의 모든 판매규제가 반영되지 않고 일부 공통사항만이 반영됨에 따라 피규제자인 금융(보험)회사 입장에서는 중복·이중규제의 논란, 감독 차원에서는 일관된 판매규제의 수립·집행에 어려움이 있을 것으로 판단됨.
  - 실질적으로 과거와 동일한 업무를 수행함에도 불구하고 통합법인 「금융소비자법(안)」과 개별 금융업법의 중복규제를 받게되어 금융회사의 부담이 가중되고, 사안에 따라 규제 형평성이나 일관성 결여로 시장 혼란이 가중될 가능성도 있음.
    - 판매업자 진입규제의 경우에도 개별 금융업법상의 인가·등록을 존치시키고 「금융소비자법(안)」에서는 등록의제 형식을 취함으로써 일원화 및 규제차이 해소라는 법 제정 취지를 훼손<sup>4)</sup>시키고 있음.
  - 감독 차원에서도 규제 다원화는 금융상품 판매와 관련하여 체계적이고도 일관된 판매 규제 수립·집행에 어려움이 존재할 것으로 판단됨.
- 따라서 개별 금융업법상의 영업행위 규제를 「금융소비자법(안)」에서 총체적으로 규정함으로써 동 법안에서 일체의 금융상품 판매와 관련 제반 영업행위를 체계적이고도 일관되게 규율할 필요가 있음.
  - 이러한 통합작업이 단기적으로 곤란할 경우에는 「금융소비자법(안)」에 공통 영업행위를 규정하되, 개별 금융업법상의 판매규제도 그대로 존치시킴으로써 부작용을 최소화할 필요가 있음.
  - 더불어, 판매업자 진입규제 경우에도 개별 금융업법상 진입규제를 모두 「금융소비자법(안)」으로 일원화하여 규제 체계화와 금융통합화 시대에 부응할 필요가 있음.

#### 다. 금융상품자문업

- 신규로 도입되는 금융상품자문업은 소비자의 다양한 자산관리 수요에 부응, 판매업자의 새로운 사업모형으로 활용, 신규 일자리 창출 등 소비자만족 및 금융산업 발전으로 나타나는 긍정적 효과가 기대됨.<sup>5)</sup>
  - 최근 금융자산 축적과 자산관리에 대한 관심 증가로 독립적 자문에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있어 금융상품자문업 신설은 판매업자에게 새로운 사업모형으로서의 기능을 수행함.

4) 「금융소비자법(안)」상의 자격기준과 개별 금융업법상의 자격기준이 상충되는 부분도 존재함.

5) 신보성(2010), 「금융상품판매업자의 영업행위 및 진입 규제」, 금융소비자보호법(가칭) - 금융소비자 보호 강화를 위한 기본방향 토론회 자료, 한국개발연구원·자본시장연구원·서울대학교 금융법센터, p. 12.

- 자문업의 법적 근거 마련을 통해 규제 사각지대를 해소함으로써 금융소비자를 보호함.
- 아울러 금융업권 은퇴인력의 전문성 활용 및 신규 일자리 창출을 통해 새로운 금융업 발전을 도모함.

■ 그러나 금융상품자문업 관련 규제가 국내 금융시장의 자문 현실을 반영하지 못한 채 입법화가 진행될 경우 오히려 소비자에게 제공하는 자문 기능을 실질적으로 축소시킬 가능성이 있음.

- 「금융소비자법(안)」은 금융상품자문업자를 법인으로 한정하면서 그 대리행위 또한 금지함에 따라 직원 신분으로만 자문업 영위가 가능하게 되어<sup>6)</sup> 자본시장법상 투자자문업 이외에는 금융상품자문업의 현실적 도입이 곤란해지는 결과를 초래함.
  - 즉, 보험회사나 보험대리점 소속 설계사들은 개인사업자 신분이므로 「금융소비자법(안)」하에서는 현재 법인대리점 등이 이들을 통해 수행하고 있는 자문서비스의 제공이 곤란함.
- 소비자의 자문 대가 지급의 경우에는 금융소비자들이 자문서비스 대가(fee)를 지급하려 하지 않는 국내 현실을 감안할 때 자문업 도입의 실효성에 문제가 있을 것으로 판단됨.
- 더불어 금융상품자문업은 금융상품판매업과는 달리 최소 자격요건을 요구하고 있지 않기 때문에 소비자 피해를 야기할 가능성도 존재함.

■ 금융소비자 보호를 위해 자문업자의 책임성 및 전문성 강화 방안으로 자문업의 대리행위를 허용하지 않고 있으나, 이는 보험채널의 자문업 진입장벽으로 작용할 가능성이 있어 추가적 검토가 필요함.

- 「금융소비자법(안)」이 자문업을 영위할 수 있는 자를 법인으로 한정하고 자문업 대리행위를 허용하지 않는 것은 자문업자의 책임성 및 전문성을 확보하여 소비자 보호를 도모하기 위한 취지로 판단됨.
- 그러나 자문은 실무상 고객과의 접점을 형성하는 개인인 모집종사자(판매채널)를 통해서 이루어지는 것이 일반적일 것이므로, 자문업의 대리를 허용하지 않을 경우 현재의 보험유통 실무를 고려할 때 보험채널이 자문업에 진입하는 것은 현실적으로 불가능함.
- 자문업자인 금융회사나 대리점이 소속 설계사에게 자문업무를 위탁하는 방안에 대해서는 긍정적 측면, 부정적 측면, 그리고 해외사례 등을 종합적으로 고려하여 판단할 필요가 있음.
- 또한, 자문업자의 전문성 확보는 자격제도 및 교육의 문제로 해결하는 것이 바람직하며, 책임성 문제는 현행과 같이 자문업자인 법인에게 책임을 부과하는 것이 적합함.

6) 현행 자본시장법상 투자자문업자의 형태를 준용함.

- 자문업자의 자문에 대한 대가는 「금융소비자법(안)」에서 규정하고 있는 것처럼 금융소비자로부터 수취하는 자문료(fee)로만 구성되는 것이 독립성의 원칙상 바람직하겠으나, 금융거래 현실을 고려할 때 금융소비자에게 선택권을 부여하는 방안도 검토할 필요가 있음.
  - 금융상품자문업자는 금융소비자 자신이 자문수수료를 직접 지급할 것인지, 아니면 자신이 받은 서비스의 대가를 판매업자가 부담하도록 할 것인지를 금융소비자로 하여금 선택(menu approach)하도록 하는 것이 바람직하며, 이러한 관행은 영국의 독립자문업자(IFA)의 경우도 유사함.
  - 아울러, 소비자가 판매업자의 부담방식을 선택한 경우에도 자문업자의 독립성 확보를 위해 판매업자로부터 받는 수수료(판매수당)가 일정 비율을 초과하지 않도록 규제할 필요<sup>7)</sup>가 있음.
- 「금융소비자법(안)」은 판매업자에게 겸영을 허용하면서 자문업 영위에 대해서는 최소한의 자격요건도 설정하지 않아 소비자 피해가 우려되므로, 자문업 등록과 별도로 자문업무의 실제 담당자에 대해 일정 자격을 갖추도록 함으로써 전문성을 제고시킬 필요가 있음.
  - 판매에 비해 자문의 경우 고도의 중립성과 전문성이 요구된다는 점에서 자문업 종사자에 대해서는 높은 자격요건을 부과할 필요성이 존재함.
  - 그러나 「금융소비자법(안)」은 판매와는 달리 자문에 대해 별도의 자격요건을 설정하지 않고 있으므로 자문업자의 전문성 확보와 금융소비자 보호를 위해 자문업 적격요건을 명시하고 새로운 자문 자격제도 신설을 검토할 필요가 있음.
    - 단기적으로는 현행 판매<sup>8)</sup> 및 자문관련 자격증을 인정하고 여타 금융업에 대한 소정의 교육을 병행하되, 중장기적으로는 금융상품자문 자격제도를 신설할 필요가 있음.
    - 또한, 현재 펀드투자상담사, 증권투자상담사 등 다수의 자문 관련 자격이 혼재되어 있는 바, 이러한 자격제도를 금융상품자문업 영위를 위한 단일 공인자격제도로 통합하되, 전문성과 경력에 따라 단계별로 취득해 나갈 수 있도록 하는 방안이 검토되어야 함.

7) 영국의 IFA는 독립성을 확보할 수 있는 장치로써 단일 보험회사로부터 수수료 수입의 35% 이상을 얻지 못하도록 하고 있음. 이는 독립채널이 전체 시장(whole of market)으로부터 고객에게 적합한 상품을 권유하도록 함으로써 소비자를 보호하고자 하는 취지임. (AXCO(2011, 4), *Insurance Market Report: United Kingdom—Life & Benefits*, p. 59)

8) 판매업에도 해당 금융업권의 금융상품에 대한 자문업이 내재된 것으로 볼 수 있음.

## 라. 기타

### 〈손해배상책임〉

- 「금융소비자법(안)」은 「보험업법」과 동일한 취지에서 금융상품 판매업자 등으로 하여금 업무를 위탁한 판매대리·중개업자가 야기한 손해를 배상하도록 함으로써 판매업자 등의 사용자책임을 명시적으로 규정하고 있음.
- 그러나 이러한 금융상품 판매업자 등의 사용자배상책임은 제판(製販)분리 등으로 대형화·전문화되고 있는 금융상품 판매대리·중개업자의 배상자력을 반영하지 못하고 일률적으로 금융상품 판매업자 등에게만 손해배상책임을 부담시키고 있는 것이라는 비판을 받고 있음.
  - 대부분의 국가에서도 금융상품의 불완전판매에 따른 책임을 판매업자에게 귀속시키고 있으며, 금융회사와 판매업자가 본인-대리인 관계에서 상품을 판매한 경우에만 금융회사가 불완전판매에 대한 책임을 부담하는 것이 일반적임.<sup>9)</sup>
- 따라서 일정한 자격요건이나 배상능력을 갖춘 판매대리·중개업자에 대해서는 자기책임원칙을 준수하도록 하여 자신의 귀책사유에 의한 금융소비자의 손해에 대해서는 원칙적으로 해당 판매대리·중개업자로 하여금 직접 그 손해배상책임을 부담하도록 할 필요가 있음.
  - 「금융소비자법(안)」은 금융상품 판매업자 등에게 업무를 위탁받은 판매대리·중개업자가 야기한 손해를 배상하도록 규정함으로써, 보험대리점 소속 보험설계사가 야기한 손해는 해당 보험대리점에 배상책임을 귀속시키고 있는 것처럼 보임.
  - 그러나 이러한 배상책임을 부담한 보험대리점의 책임은 동 규정에 따라 다시 보험회사에게 이전될 수 있으므로 실질적으로는 차이가 없는 것으로 판단됨.

### 〈설명의무〉

- 「금융소비자법(안)」은 판매업자 등의 설명의무를 판매업자 등이 금융소비자에게 구매 권유를 하는 경우에만 적용하도록 규정하고 있는 바, 이는 자칫 구매 권유를 하지 않을 경우에는 설명의무를 이행하지 않아도 되는 것으로 오해할 소지가 상존함.

9) 김경환(2011. 3. 28), 「보험상품 판매업자에 대한 손해배상책임 강화」, 『KiRi Weekly』, p. 6.

- 그러나 현행 법체계상 판매업자 등이 구매 권유를 하지 않는 경우도 판매업자 등의 설명의무는 존재함.
  - 「약관규제법」은 모든 금융계약에 대해 중요사항에 대한 설명의무를 부과하고 있으며, 동 의무의 불이행 시 해당 내용은 금융계약에 편입되지 않는 것으로 규정하고 있기 때문임.<sup>10)</sup>
  - 「금융소비자법(안)」상 설명의무 조항의 존재 의의는 설명에 대한 확인의무 부과 여부와 의무위반 시 행정적 제재의 존재 여부라고 할 수 있음.
- 「금융소비자법(안)」이 권유 없이 스스로 상품을 구매한 자를 보호하지 않을 이유도 없으므로 소비자 보호를 위해서는 구매 권유와 상관없이 설명의무를 부과함이 타당함.
  - 또한, 「금융소비자법(안)」 규정에도 불구하고 「보험업법」의 설명의무 규정은 온전히 살려두는 것이 바람직한 것으로 판단됨.
    - 대부분의 행위규제에서 「보험업법」이 「금융소비자법(안)」보다 세밀하고 정치한 규정을 보유하고 있는 바, 「보험업법」상 공통 조항을 삭제할 경우 설명의무의 규정 내용이 「금융소비자법(안)」과 「보험업법」으로 분리되어 규정됨으로써 혼란을 야기할 수 있기 때문임.

### 〈미등록자에 대한 위탁금지〉

- 「금융소비자법(안)」 제21조는 금융상품 판매업자로 하여금 금융상품 판매대리·중개업자 외의 자에게 금융상품 계약체결 등을 위탁하지 못하도록 하여 미등록자에 대한 위탁을 금지하고 있음.
  - 그리고 동 규정과 중복되는 조항으로 판단되는 「보험업법」 제99조 제2항을 삭제하도록 함으로써 중복·이중규제의 가능성을 차단하고 있음.
- 그러나 「금융소비자법(안)」 부칙에 따른 「보험업법」 제99조제2항의 삭제는 위탁금지의 주체뿐 아니라, 관련 규제를 필요 이상으로 축소시킴으로써 보험회사는 물론이고 보험소비자에게까지 불이익을 줄 가능성이 큼.
  - 「금융소비자법(안)」 제21조의 취지를 고려할 경우 「보험업법」 제99조제1항과 제2항 모두가 관련되어 있으나, 「금융소비자법(안)」 부칙에서는 제2항만을 삭제하도록 규정하고 있음.
    - 「보험업법」 제99조 제1항은 보험회사에게, 제2항은 모집중사자에게 동 금지의무를 부과함.

10) 보험업의 경우 이에 추가하여 「상법」 ‘보험편’에서 보험약관의 교부·명시의무를 부과하고 있음.

- 더불어 「보험업법」 제99조제2항은 동일 보험회사에 소속된 모집종사자 이외의 모든 타인에 대한 위탁을 금지하는 등 「금융소비자법(안)」 제21조보다 더 강한 규제 조항임.
  - 「보험업법」 제99조제2항의 취지는 모집무자격자의 모집에 따른 보험소비자의 피해 우려 이외에도 매집형 모집조직의 출현을 막고자 하는 의도가 포함되어 있기 때문임.<sup>11)</sup>
  - 부연하자면, 수수료에 관하여 보험회사와 협상할 여지가 큰 대형 보험대리점은 다수의 소형 보험대리점으로부터 보험계약을 넘겨받아 자기가 모집한 것처럼 하면서 고액의 수수료를 요구할 수 있음.
  - 이러한 경우 고액의 수수료율은 일차적으로 보험회사의 부담이 되지만 궁극적으로는 보험료의 상승을 유발하여 보험계약자가 부담을 질 가능성이 있으므로 매집형 대리점의 이러한 폐해를 경감시키기 위하여 모집위탁을 금지하고 있는 것임.
- 따라서 「금융소비자법(안)」 제21조에서 규정하고 있는 범위를 넘어서 「보험업법」 제99조제2항을 삭제한다면 그 피해는 보험소비자에게로 전가될 여지가 크므로 동 조항을 존치시킬 필요가 있음.

### 〈판매업자 정보의 집적 및 조회〉

- 최근 보험설계사, 카드모집인, 대출모집인 등 금융상품 판매업자의 이동이 활발하게 이루어지고 있으며, 이에 따라 불완전판매가 증가하고 소비자 보호가 부실하게 될 가능성이 높아짐.
- 판매자의 자질보다 증원이 중요시되는 금융유통시장의 풍토를 감안할 때 회사 간 또는 업권 간 증원 경쟁으로 불완전판매 경력이 있는 판매자의 유입을 통제하지 못할 경우 소비자 피해가 예상
- 따라서 보험설계사를 비롯해 모든 금융업권에 종사하는 판매업자에 대한 최소한의 정보를 집적하고(예를 들면, 불완전판매 경력 등), 판매업자의 등록 및 채용 시 동 정보를 조회할 수 있는 법적 근거를 「금융소비자법(안)」에 마련할 필요가 있음. [kiri](#)

11) 성대규(2004, 2), 『한국 보험업법』, 도서출판 동원, pp. 293~294.