

# “애매하면 팔지 말라”... 은행은 지금 불안전 판매와의 전쟁

## 금융 이슈리포트

### 금소법 후폭풍 대비

**KB국민** 외부전문가 자문위원 선임  
**신한** 계약서 등 서류 전자방식 교부  
**하나** 소비자리스크 관리그룹 신설  
**우리** 자동리딩방식 상품 설명  
**NH농협** 금융상품판매 디지털화

오는 3월 25일 금융소비자보호법 시행을 앞두고 은행들이 분주하다.

금소법은 불안전판매 등 금융상품 판매행위 규제를 위반한 금융회사에 징벌적 과징금을 부과하는 내용이 핵심이다. 금융상품을 판매하는 과정에서 사고가 발생할 경우 배상금액이 많아질 수 있고, 금융소비자의 이탈에 가속이 붙을 수 있는 만큼 금융상품의 모든 절차를 재정비하겠다는 복안이다.

8일 금융권에 따르면 지난해 3월 24일 제정된 금융소비자보호법(금소법)이 1년간의 유예기간을 거쳐 3월 25일 시행된다.

금소법은 각 금융업권에 산재되어 있는 금융소비자 보호에 관한 규정을 모아 통합적으로 관리하는 법안이다.

금융회사는 ▲적합성 확인 ▲적정성 확인 ▲설명무위 ▲불공정영업행위 금지 ▲부당권유행위 금지 ▲허위·과장광고 금지 등 6대 원칙을 모든 금융상품에 적용해야 한다. 판매원칙을 위반할 경우 금융회사는 상품 관련 수입의 50%까지 징벌적 과징금이 부과되고, 소비



〈5대은행 주요 소비자 보호장치〉

KB국민은행	‘소비자 보호 권익강화 자문위원회’ 설치 (외부전문위원4명, 내부위원 1명 구성)
신한은행	신한 옴부즈만 제도운영, 금융상품 선정출시 자문 소비자보호그룹·소비자보호오피서 신설 투자상품 판매정지제도 도입
하나은행	소비자리스크관리그룹 신설, 투자상품 리콜제 도입 소비자보호그룹 그룹장·소님행복본부 독립배치
우리은행	금융소비자보호그룹 신설, 투자상품 리콜제 도입
NH농협은행	금융소비자보호협의회 기능강화, 소비자보호법 대응 TF운영

/각사

자의 재산에 피해가 발생할 우려가 있다고 인정되는 경우에는 판매가 제한될 수 있다.

#### ◆상품 판매 절차 모두 검토...전문가 전담조직도

은행들은 금융소비자보호를 강화하기 위해 지난해부터 외부전문가를 중심으로 한 전담조직을 꾸리고 있다. 기존과는 다른 차별화된 시각으로 소비자를 이해하고, 보다 전문적으로 금융상품을 팔겠다는 의도다.

KB국민은행은 ‘소비자 권익강화 자문위원회’를 설치해 은행 소비자보호제도나 프로세스에 대한 개선의견, 신규상품 및 서비스에 대한 소비자 지향성 등을 검토하고 있다. 위원회는 총 5명의 위원으로 구성되는데, 4명이 외부 전문가다.

신한은행도 분야별 외부 전문가 5인과 투자상품 전문업체 1곳을 위원으로 구성된 ‘신한 옴부즈만’ 협의회를 마련

했다. 고객관점에서 주요 소비자 이슈를 점검하고, 객관적이고 독립적인 시각으로 상품선정과 출시에 대해 자문하기 위해서다.

하나은행은 ‘소비자리스크관리그룹’을 신설했다. 기존 소비자 보호그룹을 ‘소님행복그룹’과 ‘소비자리스크관리그룹’으로 나눠 조직 규모를 확대하고, 그룹장 자리에는 외부 법률 전문가를 선임했다. 소비자리스크관리그룹으로 소비자의 자산규모, 위험선호도를 고려해 적절한 수익률을 낼 수 있도록 하겠다는 설명이다.

우리은행은 기존 소비자브랜드그룹을 금융소비자보호그룹과 흥보브랜드그룹으로 분리했다. 신설된 금융소비자보호그룹을 통해 금융상품 리스크 관리를 해나간다는 의도다. 금융소비자보호 그룹은 금융상품 선정시 리스크 모니터링부터 금융상품약관·설명서·안내서 작성시 사전 협의하는 업무를 수행한다.

NH농협은행도 15개 부서로 구성된 금융소비자보호법 테스크포스(TF)를 통해 규정 및 업무프로세스, 시스템 등을 정비하고 있다. 금융소비자보호 중기 전략을 수립해 상품판매 프로세스 디지털화, 온라인 해피콜 확대, 민원·VOC 빅데이터 분석 등을 추진할 계획이다.

#### ◆‘제대로 고지 받았는지’ 관련...녹음시설 설치

이 밖에도 은행들은 금융상품을 제대로 판매하기 위한 방안도 마련하고 있다. 금소법 상 소비자가 상품에 대해 제대로 듣지 못했다면 설명의무 위반으로 손해배상 청구 시 금융사가 과실이 없다는 것을 입증해야 하기 때문이다.

KB국민·신한·우리·하나 등 은행들은 금소법 시행에 앞서 펀드판매시 설명과정 녹취대상을 모든 고객으로 확대한다. 기존에는 고난도 금융상품이나 부적합 투자자 또는 만 65세 이상 고령

자에게 비예금상품을 판매할 때 판매과정을 녹취했다.

기술을 통해 불안전판매도 차단한다. 신한은행은 계약서 등 서류를 전자방식으로 교부하고, 시스템을 통해 상품설명시 불안전판매와 관련된 패턴이나 상담 내역 등을 걸러낸다. 우리은행은 직원이 직접 상품을 설명하는 방식에서 자동리딩방식(TTS)으로 바꾼다.

창구직원의 교육도 강화한다. KB국민은행은 펀드, 신탁 판매 관련 자체 보수 교육을 검토하고 있다.

신한은행은 자체 미스터리쇼핑(암행감찰) 등을 통해 현장점검을 하고, 점수가 미달할 경우 별도 교육과 재점검을 이 행한다. 재점검 때 기준을 하회하면 해당 지점은 투자상품 판매가 금지된다.

하나은행은 신규 금융상품 판매시 직원의 교육수료 여부를 검증한다. 특정 상품에 대한 교육과정을 마치지 않은 은행원은 상품 판매가 금지된다.

우리은행은 고난도 펀드상품에 한해 PB 창구에서만 판매할 수 있도록 제한했다. 비고난도 펀드상품도 사모펀드의 경우 일부 PB센터의 팀장만 판매할 수 있도록 판매채널을 제한했다.

금융권 관계자는 “상품의 불안전판매에 대한 책임이 금융회사로 넘어오면서 어떻게 하면 소비자가 상품을 잘 이해할 수 있는지 논의해 나가고 있다”며 “새로운 인프라 구축으로 큰 비용이 들더라도 최대한 소비자 피해가 발생하지 않을 수 있는 방안을 마련하고 있다”고 말했다.

/나유리 기자 yul115@metroseoul.co.kr

# “실손·車보험 정상화... 사회 안전망 역할 확대” 제조업 국내공급지수 3년 연속 감소

## 정지원 손보협회장 기자간담회

손보산업 질적 성장 추진 과제 발표  
중소 피해보상 정책성 보험 도입 검토

정지원 손해보험협회 회장이 8일 비대면 기자간담회를 통해 손보산업의 미래동력 확보와 질적 성장을 도모하기 위한 추진과제를 발표했다.

정 회장은 이날 배포한 자료를 통해 “손보산업은 저금리·저성장·저출산 등 뉴노멀(New normal) 시대의 도래, 4차 산업혁명의 가속화, 그리고 소비자 보호에 대한 사회적 요구 증가 등 급격한 패러다임의 변화에 직면해 있다”며 “기후변화, 탄소중립(Net-zero), 팬데믹 등으로 촉발된 사회·경제 전반의 변화도 현실화된 위기로 다가오고 있다”고 우려했다.

이에 따라 “손보업계는 위기를 새로운 기회로 전환해 보험산업이 국민의 두터운 신뢰를 바탕으로 한 단계 더 도약 할 수 있도록 모든 역량을 집중할 것”이라고 강조했다.

이를 위한 손보협회의 첫 번째 과제는 새로운 위험에 대한 ‘미래’ 안전망 역할 확대다.

정 회장은 “지구 온난화 가속 등 기후 변화에 따른 보험회사 리스크 관리방안



정지원 손해보험협회 회장

및 새로운 수익창출 모델, ESG경영 등 미래 지속가능한 성장모델 발굴할 것”이라고 밝혔다.

특히 “팬데믹 영업손실 피해지원 관련 사회적 논의에 따라, 소상공인·중소기업의 피해보상을 위한 정책성 보험 도입방안 검토하고 있다”며 “여행·행사 취소에 따른 피해 구제를 위한 보험 도입 추진, 국민의 신속한 일상생활 복구를 위한 ‘전 국민 안전보험’ 도입 및 보장범위 확대를 건의할 것”이라고 설명했다.

그 밖에도 ▲해킹위험 등에 대한 보험제도 강화 ▲드론·퍼스널비밀리터의 이용 확산에 따른 위험보장 수요 충족 ▲수소산업의 발전 지원을 위한 보험제도 기반 조성 ▲반려인과 반려동물의 동행을 위한 진료제도 합리화 및 보험

활성화에 대해 강조했다.

‘소비자 보호’ 안전망 강화도 주문했다

그는 “허위·과장 광고 차단을 위한 보험광고 심의 프로세스 개선할 것”이라며 “GA 등 대리점 광고에 대해 직접 심의해 관리·통제 강화하고, 새로운 유형의 광고(보험 리모텔링·재무상담 광고 등)를 심의대상에 편입하고 심의 기준 등 규제방안을 마련하겠다”고 말했다. 이어 “금소법 시행과 연계한 안전판매 방지 및 소비자 피해구제를 강화하고, 수수료 체계 개편 시행 이후 영업현장의 수수료 편법 및 우회 지원 사례 모니터링 등을 통한 제도 연착륙도 지원할 것”이라고 했다.

생활밀착형 보험플랫폼 등 소비자 친화적 보험서비스 제공에 관해서도 설명했다.

세 번째 과제는 실손의료보험·자동차보험의 정상화로 ‘사회’ 안전망 역할 제고다.

정 회장은 “과잉진료 우려가 크고 국민 건강보험에도 부정적 영향을 야기하는 일부 문제 비급여 항목에 대한 관리강화를 건의하고, 4세대 실손보험 출시에 따른 시장안착 도모를 위해 기존 실손보험 가입자의 4세대 실손보험 계약 전환 활성화를 지원하겠다”고 강조했다.

/백지연 기자 wldus0248@

## 통계청 작년 제조업 공급지수 103.6

제조업 제품의 국내 공급량을 보여주는 제조업 국내공급지수가 통계 작성 이후 처음으로 지난해까지 3년 연속 감소하며 내수시장이 위축됐음을 드러냈다.

통계청이 8일 발표한 ‘2020년 4분기 및 연간 제조업 국내공급동향’ 자료를 보면, 작년 제조업 국내공급지수는 103.6(2015=100)으로 전년대비 0.9%

감소했다. 이는 2010년 관련 통계가 작성된 이후 최대 감소 폭이다. 국산은 전자제품과 1차 금속 등이 줄어 2.3% 감소했고, 수입은 전자제품과 기계장비 등이 증가해 2.6% 늘었다.

제조업 국내공급은 2017년 4.2% 증가율을 보였으나 2018년 -0.7%로 관련 통계 작성 이후 처음 감소했다. 2019년 (-0.8%)에 이어 작년까지 3년 연속 줄었고 감소 폭도 매년 커졌다.

/세종=한용수기자 hys@

## “국산 부품, 가격경쟁·기술력 세계최고 수준”

### » 1면 ‘애플가 협의 중단에도’서 계속

메모리 반도체는 삼성전자와 SK하이닉스가 점유율을 절반 이상으로, 특히 삼성전자는 내구성이 높고 빠른 M램을 양산할 수 있다. 애플이 시스템 반도체를 TSMC에 위탁할 수는 있지만, 메모리는 국산을 피하기 어려운 이유다.

자율주행에 필수품이 된 센서 역시 국산 제품이 빠르게 역량을 키우고 있다.

삼성전자가 센서사업부를 신설하면서 이미지 센서 부문에서 경쟁사인 일본 소니 기술력을 따라잡는데 성공한 데 이

어 다양한 센서를 개발하고 있어, 애플 카에 장착될 가능성이 높다는 분석이다.

그 밖에도 테슬라와 폴크스바겐 등은 구동부와 전기차용 변속기 등 핵심 부품을 국내 중소기업에서 공급 받고 있다. 과거 가격 경쟁력을 앞세웠지만, 사업을 이어가면서 기술력도 세계 최고 수준에 올라섰다는 전언이다.

한 자동차 업계 관계자는 “애플이 전 기차를 만들기 위해 협력할 수 있는 업체가 많지 않다”며 “현대차 플랫폼을 사용하지 않더라도 결국 국산 부품 비중은 높을 수밖에 없을 것”이라고 말했다.

/김재용 기자 juk@