금융소비자보호법 시행과 금융상품자문업 이슈*

연구위원 이성복

2021년 3월 25일부터 금융소비자보호법이 시행될 예정이다. 동 법이 거의 10년의 논의 과정을 거쳐 제정되고 시행되는 만큼 금융소비자보호 강화에 크게 기여할 것으로 기대된다. 특히 금융상품중개업과 금융상품자문업의 신설로 금융소비자의 금융상품 선택권이 강화되고, 금융상품 불완전판매도 감소할 것으로 예상된다. 더 나아가서는 금융상품시장이 구조적으로 크게 변화할 것으로 보인다. 다만 금융상품중개업과 금융상품자문업 간의 규제격차로 인해 규제차익 및 공정경쟁과 관련된 이슈가 제기될 소지도 있다. 따라서 법이 시행된 후 금융상품시장에 어떤 양상의 변화가 나타나는지를 면밀히 모니터링할 필요가 있어 보인다.

「금융소비자 보호에 관한 법률」(이하 금융소비자보호법)이 제정되고 벌써 1년이 지나 곧 시행을 앞두고 있다. 2010년 6월에 금융소비자보호법의 제정 방향이 처음 제시된 이후 10년여년 만에 법이 제정된 만큼 금융소비자보호법의 시행은 매우 중요한 의의를 갖는다. 다만 2021년 9월 25일로 시행이 유예된 금융상품자문업 규제와 관련하여 향후 규제차익과 공정경쟁 이슈가 제기될 가능성도 있다. 따라서 이 글에서는 금융소비자보호법 시행의 의의와 금융상품자문업 규제와 관련된 이슈를 살펴보고자 한다.

금융소비자보호법 시행의 의의

우리나라의 금융상품 판매와 자문 규제는 그 동안 금융업권별로 발전하였고, 금융업권 간에 규제격차가 존재하였다. 그러나 금융소비자보호법이 동일행위-동일규제 원칙에 입각하여 제정됨에 따라 금융회사의 금융상품 판매와 자문 행위는 전 금융업권에 걸쳐 동일한 규제를 적용받게 된다. 이를 위해 금융소비자보호법에서는 금융상품의 유형을 예금성, 대출성, 투자성, 보장성 금융상품으로 구분하여 정의하였고, 그 행위의 성격에 따라 금융상품판매업과 금융상품자문업으로 구분하였으며, 금융상품판매업의 한 유형으로 금융상품중개업도 신설하였다.[1)]

---

* 본고의 견해와 주장은 필자 개인의 것이며, 자본시장연구원의 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.

1) 금융상품자문업과 금융상품중개업을 비교하기 위해 논의의 편의상 금융소비자보호법에서 규정한 금융상품판매대리·중개업을 금융상품중개업으로 지칭하였다.

또한 금융소비자보호법에서는 이해상충의 문제 없이 독립적인 금융상품 자문서비스를 받을 수 있도록 금융상품자문업자를 금융상품판매업자(금융상품중개업자 포함, 이하 동일)와의 이해관계 유무에 따라 독립과 전속으로 구분하였다. 예를 들어, 독립금융상품자문업자는 금융상품판매업을 겸영할 수 없고, 금융상품판매업자와 「독점규제와 공정거래에 관한 법률」(이하 공정거래법)에 따른 기업집단의 계열회사가 아니어야 하며, 임직원이 금융상품판매업자의 임직원 직위를 겸직하거나 그로부터 파견받은 자가 아니어야 한다.[2)]

우리나라는 금융상품 자문보다 판매가, 중개보다 모집이 상대적으로 더 발달된 국가에 속한다. 금융소비자보호법이 제정되기 전까지는 금융소비자가 양질의 금융상품 자문서비스를 제공 받을 수 있는 기회가 많지 않았다.[3)] 또한 보험 등 일부 금융상품을 제외하고는 금융상품 중개가 허용되지 않았다. 금융권역별로 대출모집인, 신용카드모집인, 보험모집인, 투자권유대행인 등 금융상품 모집인 제도가 잘 발달된 것만 봐도 쉽게 알 수 있다.

그러나 이제는 금융상품자문업과 금융상품중개업의 신설로 금융소비자가 모든 유형의 금융상품을 하나의 금융상품자문업자 또는 금융상품중개업자를 통해 중개 또는 자문 받을 수 있다. 게다가 마이데이터(MyData) 제도의 도입으로 금융상품 자문 또는 중개 서비스가 고객의 특성과 수요에 맞게 개인맞춤형으로 제공될 것으로 예상된다. 따라서 앞으로 금융소비자는 자신에게 더 적합하고 유리한 금융상품을 더 편리하고 쉽게 선택할 수 있을 뿐만 아니라 금융자산 포트폴리오 관점에서 종합적인 자산관리에 대한 자문서비스도 받을 수 있을 것으로 기대된다.

금융상품자문업 관련 이슈

금융소비자보호법이 곧 시행되면 금융상품 자문 또는 중개 서비스가 새롭게 출시될 것으로 예상된다. 다만 금융상품자문업 규제는 그 시행일이 9월 25일로 유예되면서 금융상품 중개서비스가 먼저 출시될 것으로 보인다. 또한 〈표 1〉에 나타난 바와 같이 금융소비자보호법 시행령에서 예금성 금융상품의 중개를 당분간 허용하지 않기로 결정하면서 예금성 금융상품의 경우 금융상품자문업자를 통해서만 자문서비스를 제공 받을 수 있게 된다.

---

2) 금융소비자보호법에 따라 금융위원회에 금융상품자문업자로 등록하기 위해서는 상기와 같은 독립성 요건을 충족해야 하므로 이하의 논의에서는 독립금융상품자문업자를 금융상품자문업자로 지칭하였다.

3) 2016년 3월에 금융위원회가 발표한 「금융상품 자문업 활성화 방안」에 따르면, 투자자문업자의 개인에 대한 자문서비스는 거의 전무하고, 은행의 PB(Private Banking) 서비스는 고액 자산가를 대상으로 한정적으로 제공되는 실정이다. 또한 2017년 5월에 독립투자자문업 제도가 신설되었으나 2020년말까지 금융투자협회에 등록된 독립투자자문업자는 전무한 것으로 파악된다.

〈표 1〉 금융상품 자문과 중개 대상

구분	예금성	대출성	투자성	보장성
금융상품자문업자	가능	가능	가능	가능
금융상품중개업자	추후 판단	가능	가능	가능

한편 금융상품자문업과 금융상품중개업 간의 규제격차로 인해 금융상품자문업자보다는 금융상품중개업자에 의한 금융상품 자문서비스가 더 활성화될 것으로 보인다. 예를 들어, 금융소비자보호법과 동법 시행령에 따르면 금융상품자문업자는 금융상품판매업을 겸영할 수 없고, 특정 금융상품판매업자의 금융상품에 대한 자문에 응하는 행위와 특정 금융상품판매업자 또는 특정 금융상품을 광고하는 행위도 할 수 없다. 반면에 금융상품중개업자는 금융상품에 대한 조언뿐만 아니라 별도의 대가를 받지 않으면 금융상품 자문서비스를 자유롭게 제공할 수 있다.

이 때문에 금융소비자가 일회적 또는 불연속적 금융상품의 구매를 원한다면 금융상품 자문에 이어 계약의 체결까지 완결할 수 있는 금융상품중개업자를 더 선호할 것으로 보인다. 물론 금융상품자문업자를 이용할 경우 이해상충의 문제 없이 더 적합한 금융상품을 선택할 수 있고 계속적 또는 반복적 자문을 받을 수 있다는 장점이 있다. 그럼에도 불구하고 금융상품 거래의 연속성 등을 고려할 때 금융상품중개업자가 금융상품자문업자보다 더 선호될 수 있다. 더구나 금융소비자는 금융상품자문업자의 금융상품 자문서비스를 이용할 경우 별도의 자문보수를 지불해야 한다. 따라서 별도의 비용이 수반되지 않는 금융상품중개업자가 더 선호될 가능성이 크다.

금융상품중개업자가 무료로 금융상품 자문서비스를 제공할 수 있는 것은 금융상품판매업자로부터 금융상품 판매와 관련하여 수수료 등을 수취할 수 있기 때문이다. 이와 달리 금융상품자문업자는 금융상품판매업자로부터 수수료 등 재산상 이익을 수취할 수 없다. 이 때문에도 금융상품자문업자보다는 금융상품중개업자에 의해 금융상품 자문서비스가 더 활성화될 것으로 예상된다. 참고로 〈표 2〉에서 살펴볼 수 있듯이 우리나라의 금융상품자문업자 규제는 영국과 유사하고, 호주와 싱가포르보다 강하다. 호주의 경우 금융자문업자의 독립 여부와 관계없이 이해상충의 문제가 없다면 금융상품공급업자로부터 수수료를 수취할 수 있고, 싱가포르의 경우 금융상품 판매 실적에 비례하여 수수료를 지급받는 것이 아니라면 금융상품공급업자로부터 수수료를 수취할 수 있도록 허용하고 있다.[4)]

4) 영국, 호주, 싱가포르에서는 금융상품자문업자 대신에 금융자문업자, 금융상품판매업자 대신에 금융상품제조업자 또는 금융상품공급업자라는 용어를 사용한다.

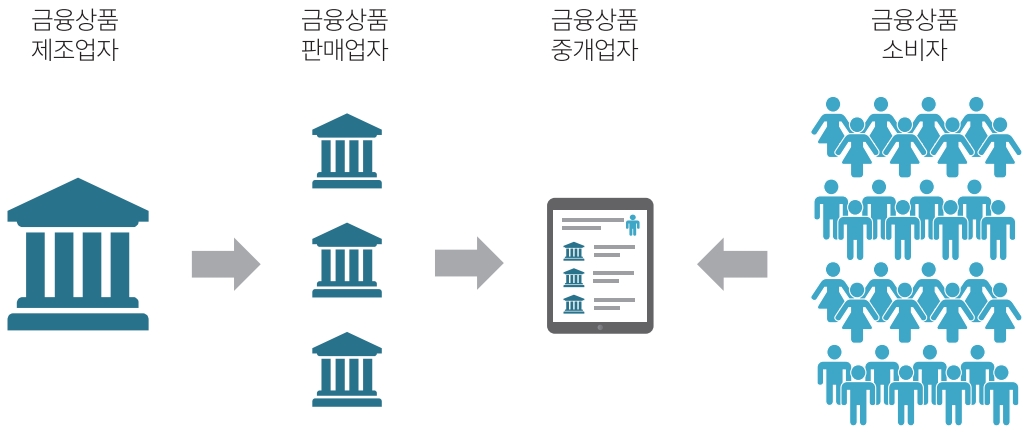
〈표 2〉 금융상품자문업자의 자문보수와 수수료 규제

구분	규제 내용
한국 (금융소비자보호법)	• 자문보수: 금융상품 자문업무를 수행하는 과정에서 금융소비자에게 자문보수 외의 대가를 추가로 받지 않는다는 사실, 자문업무 제공에 따른 보수와 그 부과기준을 설명 • 수수료 등: 금융상품판매업자로부터 수수료 등 재산상 이익을 받는 행위 금지
영국 (2012 RDR 규제)	• 자문보수: 자문서비스의 양질에 따라 비례적으로 자문보수가 부과되도록 금융소비자에게 자문보수 체계에 대해 구체적으로 사전에 설명 • 수수료 등: 금융상품공급업자로부터 일체의 수수료 등 수취 금지
호주 (2012 FoFA 규제)	• 자문보수: 자문계약을 체결할 때 자문보수에 대한 설명서를 고객에게 제공해야 하고, 2년마다 고객에게 설명 • 수수료 등: 이해상충을 야기하는 수수료와 판매규모에 비례하는 보상 수취를 금지하나, 이해상충 없이 고객의 최선의 이익을 위해 자문을 제공할 경우 금융상품공급업자로부터 수수료 수취 가능
싱가포르 (2012 FAIR 규제)	• 수수료 등: 금융상품공급업자로부터 수수료 수취가 가능하나, 판매규모에 비례하는 보상 수취를 금지

주: RDR은 소매판매점검(Retail Distribution Review), FoFA는 미래금융자문법(Future of Financial Advice Act), FAIR는 금융자문업점검(Financial Advisory Industry Review)의 약어

대표적 빅테크(BigTech) 기업인 네이버(Naver)와 카카오(kakao)도 금융상품자문업자가 아닌 금융상품중개업자로 금융상품시장에 진출할 것으로 예상된다. 네이버와 카카오는 각각 경쟁 우위가 있는 검색 플랫폼과 메신저 플랫폼에 연계하여 금융소비자가 거의 모든 금융상품판매업자의 금융상품을 비교할 수 있고 중개 받을 수 있는 플랫폼 서비스를 제공할 수 있다. 현재까지는 일부 대출성과 보장성 금융상품에 대한 비교 · 중개 서비스를 준비하고 있는 것으로 알려져 있다. 하지만 향후에는 그 서비스 범위를 모든 유형의 금융상품으로 확대할 가능성도 배제할 수 없다. 이 경우 〈그림 1〉에서 살펴볼 수 있듯이 빅테크 기업이 금융상품시장에서 상당한 시장지배력을 행사할 수 있고, 금융상품자문업자의 입지가 좁아질 수 있다.

〈그림 1〉 빅테크 기업의 금융상품시장 진출시 예상되는 시장구조 변화



시사점

금융소비자보호법의 시행으로 이전에 부족했던 금융상품 자문서비스가 활성화 또는 대중화될 것으로 기대된다. 그만큼 금융소비자가 자신에게 더 적합하고 유리한 금융상품을 선택할 수 있는 기회가 신장되고, 금융상품 불완전판매로 피해볼 위험도 감소할 것으로 예상된다. 다만 금융상품중개업과 금융상품자문업 간의 규제격차로 인해 앞서 살펴본 바와 같이 규제차익 및 공정경쟁과 관련된 이슈가 제기될 소지도 있다. 따라서 금융당국과 금융업계는 법이 시행된 후 금융상품시장에 어떤 양상의 변화가 나타나는지를 면밀히 모니터링하고 규제차익 방지와 공정경쟁 촉진을 위해 시의적절하게 대응할 필요가 있어 보인다.