자본시장연구원 Korea Capital Market Institute **보 도 자 료**	보고서명	투자판단에서의 핀플루언서 의존 실태와 규제 방안
	문의	정수민 자본시장연구원 연구위원 (02-3771-0673, soominjung@kcmi.re.kr)

○ 유튜브·SNS 등을 통해 금융·투자정보를 제공하는 핀플루언서가 개인투자자의 주요 정보원으로 자리 잡고 있으나, 독립적으로 활동하는 핀플루언서의 투자추천에는 정보의 신뢰성과 이해상충을 사전에 관리하는 장치가 부족

— 금융회사의 핀플루언서 광고는 금융광고 규제, 특정인에 대한 개별 자문은 투자자문업 등록, 대가를 받는 일방향 투자조언은 유사투자자문업 신고 대상이나, 불특정 다수에게 직접 대가 없이 제공하는 투자추천은 투자자문업·유 사투자자문업 규율의 직접 적용대상이 아님

— 선행매매·허위정보 유포 등은 자본시장법상 불공정거래로 제재할 수 있으나 사후적으로 작동하므로, 소셜미디어를 통한 정보의 빠른 확산을 고려할 때 사후 제재만으로는 투자자 보호에 한계

○ 2024년 펀드투자자조사(한국금융소비자보호재단, 2,500명)에 따르면 응답자의 43.9%가 핀플루언서 콘텐츠를 시청하였으며, 시청자의 20.8%는 추천상품에 실제 투자

— 추천상품 투자자의 17.1%는 별도의 정보탐색 없이 핀플루언서 정보에 의존하여 투자하였으며, 콘텐츠 시청자의 10.5%는 핀플루언서로 인해 피해를 입었다고 인식

— 미구독·구독 취소의 주요 이유는 '핀플루언서를 신뢰하지 않아서'(42.9%), '홍보·마케팅 성격이 강해서'(33.2%)로, 콘텐츠의 신뢰성에 대한 우려가 주요하게 나타남

○ 해외 주요국은 핀플루언서를 별도 업종으로 규제하기보다 행위의 실질에 따라 기존 금융규제를 적용하고, 이해상충 공시·감독 및 제재·교육·플랫폼 책임 등을 보완적으로 활용

— (영국) 소셜미디어 금융프로모션 가이드라인(FG24/1)을 통해 인플루언서에 대한 기존 규제의 적용을 명확히 하고, 투자추천에는 UK MAR에 따른 이해상충 공시를 요구하는 한편 불법 핀플루언서 단속을 강화

— (호주) 투자자의 의사결정에 영향을 미치는 의견·추천을 금융상품 자문에 폭넓게 포함하여 무인가 금융서비스 제공을 적극 제재

— (프랑스) 인플루언서의 상업적 활동을 법률로 규율하는 한편, 금융시장청(AMF)과 광고자율규제기구(ARPP)가 금융 분야 자율 인증·교육제도를 운영

— (대만) 무인가 투자광고에 대해 온라인 플랫폼에 광고주 정보 표시, 삭제·접근제한 및 연대손해배상 등 직접적인 관리책임을 부과

○ 핀플루언서 규율은 새로운 업종을 신설하기보다 기존 규제의 적용범위를 명확히 하고, 투자추천 과정의 이해상충 공시와 플랫폼의 최소한의 관리책임을 보완하는 방향으로 마련할 필요

— 투자자문·무인가 영업·불공정거래에 대해서는 소셜미디어 모니터링 등을 강화하고, 정보제공·투자추천·투자자문 간 규제상 경계를 구체적인 사례를 통해 안내할 필요

— 특정 금융상품의 구체적인 매수·매도 추천에는 해당 상품의 보유 여부와 매도 가능성, 광고·협찬 등 경제적 이해관계, 투자자문업 등록·유사투자자문업 신고 여부 및 개인별 자문이 아닌 일반적 정보라는 사실을 표시하도록 하는 가이드라인을 마련할 필요

— 감독당국이 위법 콘텐츠임을 확인·통지한 경우 플랫폼이 이를 삭제·접근제한하도록 하는 제한적인 관리의무도 검토할 필요

— 핀플루언서 대상 규제 안내·교육을 제공하는 한편, 투자자의 정보판별 역량을 높이고 온라인 투자정보의 유통과 이용행태에 대한 모니터링을 강화할 필요