
금융소비자보호지침

제정 2013.11.01

개정 2014.07.25

2014. 7.

트러스톤자산운용

목 차

I. 금융소비자보호지침 제정 목적

II. 금융소비자보호를 위한 조직 및 제도

1. 금융소비자 중심 경영방침 및 조직구조 마련
2. 금융소비자보호 총괄책임자(CCO)의 지정
3. 금융소비자보호 업무전담자
4. 금융소비자보호 총괄부서의 설치 및 업무

III. 금융상품 기획·개발 과정의 금융소비자 보호

1. 상품기획·개발 과정의 금융소비자 보호 체계 구축
2. 상품기획·개발 과정의 금융소비자 보호 채널 구축

IV. 금융상품 판매과정의 금융소비자 보호

1. 상품판매 과정의 소비자 보호 체계 구축

V. 금융상품 판매 이후 과정의 금융소비자 보호

1. 효율적인 민원관리시스템(VOC시스템 포함) 구축
2. 효과적인 민원피드백(feedback) 시스템 구축

VI. 금융상품 정보제공 강화를 통한 금융 소비자 보호

1. 정보제공 관련규정의 준수
2. 금융상품정보제공 관리
3. 소비자보호 관련 자율공시
4. 소비자 인식 강화

<별첨 1> 상품개발관련 체크리스트

<별첨 2> 금융소비자보호 상품개발 내부준칙

<별첨 3> 투자권유준칙

<별첨 4> 민원사무처리준칙

I. 소비자보호지침 제정 목적

최근 금융업의 겸영화 추세에 따라 다양한 금융상품을 연계·결합한 복합 금융상품이 등장하고 있으나 동일한 금융상품에 대한 판매규제가 금융업별로 상이하거나 판매행위 규제를 적용받지 아니하는 금융상품이 발생하는 등 현행 금융업에 대한 기존의 규제체계가 금융소비자의 충실한 보호에 미흡한 점이 상당수 존재하였다.

또한 소비자 불만으로 인해 발생하는 불필요한 사회적 비용이 증대되고 있어, 이러한 소비자 불만을 사전 예방하고, 소비자 피해 발생시 신속하게 사후구제하고 아울러 금융산업의 건전한 육성을 위한 제도적 기반을 마련하기 위한 회사의 기본 소비자 보호 운영 지침을 마련하고, 이를 회사들이 적극 도입 실천하여 궁극적으로 소비자 신뢰를 얻고 대내외적 이미지 개선 등을 바탕으로 회사의 가치를 제고하고 경쟁력을 향상시키는데 금융 소비자보호지침 제정 목적이 있다.

행일로부터 빠른 시일내에 모범규준을 시행할 수 있도록 노력해야 한다.

II. 금융소비자보호를 위한 조직 및 제도

1 금융소비자 중심 경영방침 및 조직구조 마련

금융소비자보호는 금융상품의 공급자와 수요자 사이에 존재하는 정보의 비대칭성을 해소하고 공정한 금융거래를 위한 교섭력의 균형을 도모함으로써 금융소비자의 권익을 보호하고 금융시장을 통한 자원배분의 최적화를 달성하는 것을 목적으로 하는 만큼, 회사는 금융소비자 보호에 관한 기본 경영방침을 수립하여야 한다.

이를 위해 회사는 금융소비자 보호와 관련된 경영방침을 정하고, 이를 공식적인 문서로 표명하여야 한다. 경영방침에는 구체적으로 다음과 같은 내용을 포함하는 것이 바람직하다.

- ① 금융소비자 요구사항을 경영활동 등에 반영
- ② 금융소비자보호를 위한 구체적인 프로세스 정립
- ③ 교육훈련 등을 통한 금융소비자보호 역량 및 전문성 강화

또한 회사는 금융소비자 보호 업무가 효과적으로 이루어질 수 있도록 금융소비자보호에 필요한 인적, 물적 자원을 적극 확보하여야 한다.

아울러 회사의 최고경영자는 소비자보호가 회사의 생존에 불가결한 요소일 뿐만 아니라 궁극적으로 회사 및 금융산업의 경쟁력 향상에 도움이 된다는 사실을 인식하고, 소비자보호에 대한 관심과 실천의지를 확고히 하며, 소비자의 가치를 최우선으로 삼는 최상의 상품과 서비스를 제공토록 하여야 한다. 이를 위해 최고경영자는 소비자중심의 경영철학, 비전 등이 임직

원에게 명확히 전달되도록 노력하여야 하며, 회사의 임직원은 회사의 고객 만족 비전을 성취하는데 도움을 주는 활동을 하여야 하고, 소비자보호에 대한 임직원의 인식전환과 가치공유가 이루어지도록 노력해야 한다.

2 금융소비자보호 총괄책임자(CCO : Chief Consumer Officer)의 지정

가. 금융소비자보호 총괄책임자의 지정 및 자격

회사는 업무집행책임자(선임 임원급) 중에서 준법감시인에 준하는 독립적 지위의 금융소비자보호 총괄책임자(CCO: Chief Consumer Officer, 이하 CCO)를 1인 이상을 지정하여야 한다. 이 경우 금융소비자보호 총괄책임자는 최고경영자 직속으로 하여야 한다.

다만 자산규모, 영위하는 금융업무의 성질상 업무집행책임자(선임 임원급)로 지정하기에 적합하지 아니한 경우에는 준법감시인으로 하여금 금융소비자보호 총괄책임자(CCO)의 직무를 수행하게 할 수 있다.

소비자보호 총괄책임자는 금융과 소비자보호에 대한 경험과 지식을 갖춘 자로서 회사의 공익성 및 건전경영과 신용질서를 해칠 우려가 없는 자이어야 함은 물론이며, 소비자보호 업무와 관련하여 공정성 및 투명성이 요구되는 만큼 임명일로부터 최근 5년간 금융관계법령을 위반하여 금융위원회 또는 금융감독원의 원장으로부터 문책경고 또는 감봉요구 이상에 해당하는 조치를 받은 사실이 없어야 한다.

금융소비자보호 총괄책임자를 업무집행책임자 중에서 지정하도록 하는 이유는 금융소비자 보호에 관한 의사결정이 전사적 시각에서 효율적으로

이루지고, 그 업무상 독립성을 보장하도록 하기 위함이다.

금융소비자보호 총괄책임자인 업무집행책임자는 직위의 명칭과 상관없이 금융소비자 보호를 위해 실질적·독립적 권한을 행사할 수 있는 지위에 있는 자¹⁾이어야 한다.

다만 회사의 자산규모나 인원현황, 임원의 수, 민원발생 건수 등에 비추어 선임 임원급에서 지정하기에 곤란하거나 적합하지 아니한 경우가 있을 수 있으므로,²⁾ 이 경우에도 소비자보호 업무가 회사의 전사적 차원에서 책임 있게 이루어 질 수 있도록 독립적 지위를 가진 준법감시인으로 하여금 금융소비자보호 총괄책임자(CCO)의 직무를 수행하게 하도록 한 것이다. 다만 이 경우에도 회사가 선임 임원급 중에서 금융소비자보호 총괄책임자를 지정하는 것은 무방하다.

한편 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제28조 제2항 및 동 시행령 제32조 제1항에 따른 경우 투자자문업이나 투자일임업 외의 다른 금융투자업을 경영하지 아니하는 자로서 최근 사업 연도말을 기준으로 그 자가 운영하는 투자일임재산의 합계액이 5천억원 미만인 자의 경우에는 준법감시인의 선임의무가 없는데, 이와 같이 관련법상 준법감시인이 없는 회사의 경우에는 회사의 특성을 고려하여 금융소비자보호 총괄책임자의 업무를 수행하는 자를 둘 수 있다.

나. 금융소비자보호 총괄책임자의 직무

- 1) 상법 제401조의2 제1항 제3호에 따른 자(회장·사장·부사장·전무·상무·이사 기타 회사의 업무를 집행할 권한이 있는 것으로 인정될 만한 명칭을 사용하여 회사의 업무를 집행한 자)를 포함한다.
- 2) 회사의 업종 및 자산규모, 인원현황, 일반 금융소비자관련성 정도(민원발생건수) 등에 따른 준법감시인이 겸임 가능한 바람직한 가이드라인은 <별첨 1>의 내용을 참조

회사는 금융소비자보호 총괄책임자에게 당해 회사의 금융소비자 보호 관련 제도 기획, 교육, 평가, 보상 및 모니터링 등을 위하여 금융소비자 보호 총괄부서를 총괄하는 권한을 부여하고, 독립적으로 그 직무를 수행할 수 있도록 하여야 한다.

모범규준에 규정된 금융소비자보호 총괄책임자가 수행하여야 할 기본적인 업무는 다음과 같다.

- ① 금융소비자보호에 필요한 절차 및 기준의 수립
- ② 금융상품 각 단계(개발, 판매, 사후관리)별 소비자보호 체계에 관한 관리·감독 업무
- ③ 민원접수 및 처리에 관한 관리·감독 업무
- ④ 금융소비자보호 관련 관계부서 간 피드백 업무 총괄
- ⑤ 대·내외 금융소비자보호 관련 교육 프로그램 개발 및 운영 업무 총괄
- ⑥ 민원발생과 연계한 관련 부서·직원 평가 기준의 수립 및 평가 총괄
- ⑦ 그 외 금융소비자보호와 관련된 사항

금융소비자보호 총괄책임자는 당해 회사의 금융소비자보호 업무를 총괄하면서 금융소비자의 권익이 침해되거나 혹은 침해될 현저한 우려가 발생한 경우 지체 없이 대표이사 혹은 경영진에게 보고하여야 하며, 대표이사 혹은 경영진은 보고받은 사항을 확인하여 신속히 금융소비자권익 침해 리스크가 해소되는 데 필요한 제반사항을 수행·지원하여야 한다.

또한 금융소비자보호 총괄책임자는 금융소비자보호 총괄 업무를 전담으로 하여야 하며, 소비자보호와 이해상충 우려가 있는 업무를 수행하여서는 아니 된다.

한편, 회사의 소비자보호 업무와 관련된 모든 업무 및 관련 규정과 절차들은 금융소비자보호 총괄책임자의 감독과 관리 하에 수립되어야 하며, 각 관련 규정과 절차들은 주기적으로 검토하여 최신성을 유지하도록 해야 한다. 소비자보호와 관련된 규정과 절차들은 임직원 누구나 검색하고 찾아볼 수 있도록 해야 하며, 금융소비자보호 총괄책임자는 최신 이슈들이 여기에 포함하도록 노력해야 한다.

다. 금융소비자보호 총괄책임자의 인사 및 평가

회사는 금융소비자보호 총괄책임자에 대하여 회사의 재무적 경영성과와 연동하지 아니하는 별도의 공정한 업무평가기준 및 급여지급기준을 마련하여 운영하여야 한다. 금융소비자보호 총괄책임자가 회사의 재무적 경영성과와 관련하여 평가를 받게 될 경우 금융소비자보호 본래의 업무를 충실히 수행하기 곤란한 경우를 방지하기 위함이다.

또한 회사의 민원발생 건수 및 민원발생 평가등급 등은 금융소비자보호 총괄책임자의 급여 등 보상에 연계하지 아니하고, 민원발생 및 민원처리과정의 부적정 등의 원인을 직접 제공한 부서 및 담당자의 급여 등 보상에 반영하여야 한다.

회사는 금융소비자보호 총괄책임자에 대한 근무 평가시 징계 등 특별한 경우를 제외하고, 타 업무 담당자 등 타 직군 등에 비해 직군차별, 승진 누락 등 인사평가의 불이익이 발생하지 않도록 해야 한다.

3 금융소비자보호 업무전담자

가. 인력 구성 및 자격

회사는 책임과 권한을 가지고 소비자보호업무를 수행할 소비자보호업무 전담조직인 금융소비자보호 총괄부서를 금융소비자보호 총괄책임자 직속으로 운영하여 신속한 의사결정을 도모하도록 한다.

금융소비자보호 총괄부서의 업무전담자는 회사별 특성을 고려하여 민원예방 및 처리, 제도개선, 민원평가, 전산시스템 운영, 금융소비자보호 교육, 홍보, 민원 감사업무 등을 원활히 수행할 수 있는 적정규모 이상을 선발, 운영하여야 한다.

금융소비자보호 업무전담자는 입사 5년 이상 경력자로, 상품개발/지원, 영업/서비스기획, 법무, 시스템, 통계, 감사 등 분야의 2년 이상 근무자중 직전 2년간 근무평가 평균 이상자로 사내 공모 또는 추천, 파견 등으로 운영토록 한다.

다만, 회사의 규모 상 분야별 전담자를 충원하기 어려운 경우 민원의 사전예방, 업무개선 및 처리가 신속하게 이루어 질 수 있도록 권한 부여 및 관련부서와의 협조체계 구축 등 체계적인 지원을 한다.

금융소비자보호 업무전담자는 금융소비자보호 전담부서의 업무특성, 전문성 등을 고려하여 특별한 경우를 제외하고 3년 이상 금융소비자보호 업무를 전담토록 한다. 단, 승진전보 및 금융소비자보호 총괄책임자의 승인 시에는 예외로 한다.

나. 인사 및 평가

회사는 기본적으로 금융소비자보호 업무 전담자가 소비자보호와 관련된 고객의 불만 사항에 대해 신속히 조치할 수 있도록 충분한 권한을 부여하여야 한다.

또한 금융소비자보호 업무전담자가 소비자보호 업무를 충실히 이행할 수 있도록 회사의 재무적 경영성과와 연동하지 아니하는 별도의 공정한 업무 평가기준 및 급여지급기준을 마련하여 운영하여야 하며, 민원발생건수 및 민원발생 등급평가 등은 금융소비자보호 업무전담자의 급여 등 보상에 연계하지 아니하고, 민원발생 및 민원처리과정의 부적정 등의 원인을 직접 제공한 부서 및 담당자의 급여 등 보상에 반영하여야 한다. 다만 민원발생 등급평가의 상승 요소를 금융소비자보호 업무전담자의 업무성으로 반영하는 것은 무방하다.

금융소비자보호 총괄책임자는 민원의 발생 또는 예방을 포함하여 각 부서 및 임직원이 업무를 수행함에 있어 소비자보호에 충실하였는지를 조직 및 개인 성과평가에 반영하는 평가도구를 마련하여야 한다. 평가도구는 금융소비자보호 업무와 관련한 다양한 업무 측면을 반영하여야 하며, 그 평가 비중은 임원 및 부서장의 성과평가 실적에 실질적인 영향을 줄 정도여야 한다.

평가도구에는 회사의 금융소비자 보호 정책을 충실히 이행하고 있는지 여부 등을 비롯하여 민원 발생, 완전판매율, 미스터리 쇼핑, 교육, 금감원 민원 관련 업무 등 협조, 소비자보호 관련 업무 제안 등(상품개발, 마케팅, 후선업무 등 수행업무의 성격에 따라 복수의 평가군 설정 가능)을 평가요소로 고려할 수 있다.

금융소비자보호 총괄책임자는 이러한 평가도구에 기반하여 모니터링을

실시하고 실제 평가까지 수행하여야 하며, 이에 대한 조직평가 관련 내부 가이드라인을 별도로 마련하여야 한다.

그 외에도 회사는 금융소비자보호 업무전담자에 대한 근무평가지 징계 등 특별한 경우를 제외하고, 소비자보호 관련 실적이 우수한 업무전담자에게 인사상 가점을 부여하며, 타 업무 담당자 등 타 직군 등에 비해 직군차별, 승진 누락 등 인사평가의 불이익이 발생하지 않도록 해야 한다. 3년 이상 근무한 자에 대해서는 인사 이동시 본인의 의사를 반영하여 원하는 부서에 배치토록 하여야 한다.

다. 교육 및 연수 등 우대제도 정비

회사는 소비자보호 전담업무자의 직무 만족도를 높여 소비자 보호 업무 담당자의 고객 지향적 사고를 확립할 수 있는 여건을 마련하며 사기를 진작시킬 수 있는 방안을 강구하여야 한다.³⁾

이를 위해 회사는 금융소비자보호 업무전담자에 대하여 대내·외 소비자 보호 관련 교육 참여 기회를 제공하고 금융소비자보호 전문역량 개발을 위한 자격증 취득 기회를 적극 제공하는 등 직무향상을 위한 제도적 장치를 마련, 실시하여야 한다.

또한 소비자보호 업무전담자가 아닌 일반직원이 금융소비자보호와 관련된 제도 개선 건의 및 금융소비자 피해발생 예방 등 회사의 금융소비자보호와 관련된 업무를 충실히 이행한 경우에는 포상(표창, 해외연수) 제도를 시행하여야 한다(소비자보호 우수 직원에 대한 포상 시행).

3) 회사는 정기면담, 설문, 워크숍 등을 통해 소비자 보호 업무담당자의 직무만족도에 대한 조사를 실시하고, 개선 및 조정이 필요한 사안에 대해서는 대책을 강구할 수 있다.

- ① 정기적 대내·외 금융소비자보호 관련 교육 참여 기회 제공
- ② 금융소비자보호 전문역량 개발을 위한 자격증 취득 적극 지원
- ③ 소비자보호 우수 직원에 대한 포상(표창, 해외연수 등) 시행
- ④ 기타 휴가, 건강검진 등 각종 우대 제도를 마련

4 금융소비자보호 총괄부서의 설치 및 업무

가. 금융소비자보호 총괄부서의 설치 및 운영

회사는 책임과 권한을 가지고 금융소비자보호업무를 수행할 금융소비자보호 총괄부서를 최고경영진 직속의 독립전담조직으로 운영한다. 다만, 회사의 자산규모 및 인력구조 등의 이유로 최고경영진 직속의 전담조직 구성이 어려운 경우 상기 취지를 훼손하지 않고 최대한 독립성을 확보할 수 있는 범위 내에서 신속한 의사결정 구조로 운영한다.⁴⁾

나. 제도개선 업무

금융소비자보호 총괄부서는 금융소비자보호 및 민원예방 등을 위해 상품 판매의 모든 프로세스(개발·기획 및 판매 그리고 민원처리과정)상에서 필요하다고 인정되는 제도개선(금융소비자 보호업무와 관련된 부서 간 업무 조정 및 역할분담 등을 포함)을 관련 부서에 요구할 수 있다.

4) 별도로 독립된 금융소비자보호 업무 관련 총괄을 구성하는 부서를 구성하여 운영하는 것이 바람직하나, 다만, 자산규모 및 인원현황 등에 비추어 금융소비자 보호와 관련된 독립된 전담조직만을 별도로 운영하기 곤란한 경우에는 금융소비자보호 총괄책임자 산하에 금융소비자 보호업무를 전담하는 별도의 팀을 구성하거나, 소비자보호 업무 전담자를 1인 이상 둘 수 있다.

회사는 금융소비자보호 업무와 관련된 제도 개선 사항이 다음과 같이 적절하게 처리되고 있는지에 대한 업무 프로세스를 마련해야 한다.

- ① 업무개선 제도운영 및 방법의 명확화
- ② 개선(안) 및 결과 내역관리
- ③ 제도개선 운영성과의 평가
- ④ 민원분석 결과를 토대로 현장 영업프로세스 실태 분석 및 개선안 도출

다. 금융소비자보호협의회의 설치 및 운영

회사의 다양한 금융소비자보호 이슈를 금융소비자보호 관계 부서간 업무 협의의 원활화를 통해 전사적인 시각에서 신속하고 효과적으로 조정할 수 있도록 금융소비자보호 총괄책임자(CCO)의 산하에 금융소비자보호협의회를 설치하여 정기적으로 운영하고, 동 협의회의 원활한 운영을 위해 금융소비자보호 총괄부서에서 보좌한다.

금융소비자보호협의회는 회사의 금융소비자보호 정책 방향 및 기본 계획 등에 관한 사항, 금융소비자보호를 위한 제도개선 사항, 민원분석 결과 금융소비자보호 총괄부서와 상품개발·영업 등 관련 부서와 환류가 필요한 사항, 그 외 금융소비자보호를 위하여 필요한 사항 등 금융소비자보호 관련 다양한 이슈에 대해 관련 임원 및 부서장이 참여하여 정기적으로 논의하고 회사의 입장을 정립하는 협의체로서 기능한다.

금융소비자보호협의회는 정기적으로 반기 1회 이상 운영하되, 회사의 상황을 고려하여 운영시기를 조절할 수 있다. 회사는 금융소비자보호협의회의 운영 사항에 대하여 규정 등을 마련하여야 한다. 또한 금융소비자보호 협의회에서 논의된 안건은 회의록을 작성하여 보관(문서화)하고, 주요 협

의내용에 대해서는 경영진에게 보고하여야 한다.

라. 민원 예방 시스템의 개발 및 운영

금융소비자보호 총괄부서는 금융소비자의 권리를 존중하고 민원예방을 위한 시스템을 개발·운영하여야 한다.

- ① 금융소비자보호를 위한 민원예방 프로그램의 개발 및 시행
- ② 금융소비자보호와 관련된 임직원 교육 및 평가, 대내외 홍보
- ③ 유사민원의 재발 방지를 위한 교육 프로그램 및 제도개선 방안의 개발 및 활용

회사는 민원예방 시스템을 통하여 나타난 특정상품에 대하여 증가된 민원 혹은 특정유형의 민원 등 소비자권의 침해가 우려되거나 소비자 피해발생이 우려되는 사안 등에 대해서는 홈페이지 등에 이를 게시하여 소비자에게 알려야 하고, 이를 임직원의 소비자보호 관련 교육자료 및 제도개선 업무 등에 활용하여야 한다.

마. 민원처리

금융소비자보호 총괄부서는 발생 민원에 대해서는 즉각적으로 고객불만 내용을 파악하고 대응해야 하며 접수된 민원의 신속한 처리를 위해 처리방법, 과정관리 등을 포함한 업무처리 규정을 마련 및 시행하여야 한다.

금융소비자보호 총괄부서는 민원처리와 관련하여 자료제출 요구, 관련 임직원에게 대한 출석요청, 임점조사 등을 할 수 있으며, 자료제출 등을 요청 받은 자는 이에 성실히 응하여야 한다. 다만, 신속한 조치가 곤란한 경우

그 사유를 서면으로 작성하여 금융소비자보호 총괄부서에 통보하여야 한다.

회사는 효율적이고 신속한 민원처리를 위하여 민원접수, 민원처리, 민원인정보 관리, 민원회신, 민원피드백 등을 전산화 한 민원관리전산시스템을 구축하는 것이 바람직하다.

회사는 민원처리 시스템 구축시 다음과 같은 사항 등을 고려하는 것이 바람직하다.

<표 1> 민원처리 시스템 구축시 고려사항(예시)

구 분	내 용
민원접수	<ul style="list-style-type: none"> • 인터넷, 전화, FAX, E-mail 등 다양한 민원을 접수하는 시스템을 갖추고 있는지 여부 • 인터넷을 통해 민원 제출시 홈페이지 화면상 접수가 용이한 정도
민원처리	<ul style="list-style-type: none"> • 처리결과 입력 및 각종 민원정보 정리 등의 전산화 정도
민원 및 민원인 정보관리	<ul style="list-style-type: none"> • 민원 및 민원인 관련 정보의 보안 상태 및 조기대응을 위한 분석 등을 위한 전산 관리 상태
민원회신	<ul style="list-style-type: none"> • 전산을 통하여 자동으로 민원 회신 및 그에 대한 피드백 시스템 구축 정도
민원피드백	<ul style="list-style-type: none"> • 민원처리에 대한 피드백 정보 관리 수준
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 전산장애 발생시 이에 대한 대비책이 충분한지 여부 등

바. 민원업무 분석·평가 및 경영진 보고

금융소비자보호 총괄부서는 민원접수, 처리결과 및 제도개선 현황 등을 분석하고 민원예방 및 해소방안을 수립하여 정기적으로 경영진에게 보고하여야 한다.

기본적으로 경영진에게 보고해야 할 사항은 다음과 같다.

- ① 민원발생 및 처리 현황, 민원처리 소요시간
- ② 주요 빈발민원에 대한 원인 및 대책
- ③ 민원평가 결과, 민원관련 경영성과지표(계약 유지율, 갱신을 등)
- ④ 계획대비 실적 및 제도개선 실적, 교육훈련 실시 결과 등

금융소비자보호 총괄부서는 민원평가를 실시하여 민원발생에 책임이 있는 부서, 업무프로세스 및 담당자 등을 규명하고 관련 부서에 피드백하여 개선방안을 강구하여야 한다. 또한 금융소비자보호 총괄부서는 민원관련 문건 및 조사 건의 내용과 결과 및 관련 대책 등의 자료도 적정하게 기록 및 보관해야 한다.

사. 교육훈련의 실시

회사는 전 임직원(모집, 판매조직 포함)을 대상으로 민원사례, 상담화법, 응대요령, 금융소비자보호제도 및 민원예방 등에 대한 교육을 온/오프라인을 통해 정기적으로 실시한다.

회사는 모든 임직원이 참여하는 소비자보호 관련 교육과정을 운영해야 하고, 별도의 소비자보호 관련 이슈가 발생하여 별도의 교육이 필요한 경

우에는 특별 교육을 실시해야 한다. 금융소비자 총괄부서는 금융소비자보호 제도와 관련하여 임직원(모집, 판매조직 포함)에 대해 교육 및 특정한 조치가 필요하다고 판단되는 경우 관련 부서에 협조를 요청할 수 있으며, 협조 요청을 받은 관련 부서는 특별한 사정이 없는 한 이에 최대한 협조하여야 한다.

아울러 금융소비자보호 관련 교육은 신입직원은 물론이고 기존직원도 연차에 따라 정기적으로 실시해야 한다. 금융소비자보호 총괄부서에서는 소비자보호 관련 교육과정 운영에 대한 계획을 마련해 두어야 한다.

<표 2> 소비자보호 관련 교육과정 계획(예시)

구분	주기	교육시간	교육대상	교육내용
부서별 교육	분기 1회	2시간	전직원	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자보호의 의의 및 법체계 • 소비자보호 관련 법규 및 사례 • 민원처리 및 대응방향
영업점 교육	수시	2시간	전직원	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자보호 모범규준의 이해 • 관련업무 분야별 위반사례 • 감독 및 규제기관 동향, 최근 판례 및 분쟁조정 사례
상담	수시	-	전직원	<ul style="list-style-type: none"> • 실무관련 의무사항 상담 및 지도 • 소비자보호 업무철자 및 최신이슈 설명
집합교육	반기 1회	2시간	소비자보호 업무 소홀 가능성 높은 부서 임직원	<ul style="list-style-type: none"> • 내/외부 전문가강의 • 소비자보호 현안 전달 • 소비자 피해 예방 관련 업무 처리

금융소비자보호 총괄부서에서는 모든 교육과정에 대해 참석상황, 내용 등을 기록 및 보관하여야 하며, 교육훈련 실시에 대한 자체 만족도, 참여율, 민원발생 관련 교육효과를 분석하고 교육훈련 프로그램에 반영하여야

한다. 민원발생 관련 교육효과 분석시에는 기본적으로 다음과 같은 내용들을 포함하여야 한다.

<표 3> 소비자보호 관련 교육효과 분석시 포함 내용 (예시)

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">① 민원업무처리 규정 및 매뉴얼 내용 숙지 여부② 일반 직원들에게 소비자 보호관련 업무규정 관련 내용 질문시 숙지 여부③ 소비자보호 관련 부서 직원의 소비자 보호관련 업무규정 규정 숙지 여부④ 회사내 임직원을 대상으로 한 민원업무처리 및 민원예방 등 교육 사례 유무⑤ 교육사례에 대한 실효성(유사사례 재발 여부)⑥ 교육에 대한 출석율(참여도)·이해도·관심도(교육참석자 설문조사) |
|--|

한편 금융 소비자보호 관련 교육의 참석 실적은 모든 임직원의 업무 평가 시 반영되도록 하는 것이 바람직하다.

Ⅲ. 금융상품 기획·개발 과정의 금융소비자 보호

1 상품기획·개발 과정의 금융소비자 보호 체계 구축

회사의 소비자보호가 제대로 이행되기 위해서는 금융상품 개발 시부터 금융소비자 관점과 권익이 반영되는 프로세스가 구축되는 것이 필요하다.

이를 위해 회사는 금융소비자 불만을 조기에 발견하고 신속히 개선하기 위한 내부시스템을 구축하고 신제품 출시나 새로운 제도 시행 시 사전에 검토할 수 있는 절차를 마련하여야 한다.

가. 총괄부서와의 사전협의

신상품 개발 및 마케팅 정책 수립 시 금융소비자보호 총괄부서는 금융소비자보호의 시각에서 사전 점검 후 문제점을 시정할 수 있도록 관련부서와 사전 협의 절차를 구축, 운영한다. 사전협의 절차 운영사항은 다음과 같다.

- ① 사전 협의 프로세스 진행이력 및 실적관리
- ② 사전 협의 누락 및 재발 방지대책 수립

이 때 관련부서는 상품 또는 마케팅 정책에 소비자에게 불리한 사항이 존재한다고 판단될 경우 해당사항을 금융소비자보호 총괄부서와 협의하여야 한다. 금융소비자보호 총괄부서는 신상품 및 마케팅 정책, 약관 등에 금융소비자보호상의 문제가 있다고 판단되는 경우 관련부서에 신상품 출시 및

마케팅 중단, 개선방안 제출 등을 요구할 수 있다. 또한 사전 협의 누락 시에는 성과평가 및 민원평가에 반영한다.

모범규준에 규정된 사전 협의대상 업무는 기본적으로 다음과 같다.

- ① 신상품/ 서비스 개발·변경 시 사전협의 운영
- ② 상품 개발·판매중단에 대한 검토
- ③ 상품 안내장(설명서) / 약관 / 가입청약서(설계서) 등에 대한 검토
- ④ 판매프로세스 개발·변경 시
 - DM(Direct Mail) / TM(Telemarketing) 시행 시
 - 영업추진 사업(영업점 캠페인/프로모션, 대고객 이벤트 등) 시행 시
 - 영업점(소) 평가기준 수립, 변경 시 민원유발 요소 반영 및 업적평가에 민원발생평가 반영 검토
- ⑤ 상기 내용 외 고객 관련 주요 마케팅 정책 수립 및 변경 시

나. 상품개발관련 체크리스트 및 자체 내부준칙 운영

금융소비자보호 총괄부서는 새로운 금융상품을 개발 시 금융상품에 소비자에게 불리한 점은 없는지 약관 등을 진단하기 위한 체크리스트를 마련하여 운용하여야 한다.

금융상품 개발시 금융소비자보호 총괄부서가 확인해야 할 체크리스트에는 다음의 <표 4>와 같은 사항을 포함하는 것이 바람직하다. 금융소비자보호 총괄부서가 확인해야 할 체크리스트의 내용에 대한 예시는 <별첨 2>와 같다.

<표 4> 금융상품 개발시 체크리스트에 포함되어야 할 내용(예시)

- ① 관련 법령(은행법, 보험업법, 자본시장법 등), 감독규정, 감독당국의 지도내용과 관련한 위반사항 여부 등 점검
- ② 금융소비자의 권익 침해요소 점검
 - 유사상품에 대한 민원사례 확인여부, 수수료 적정성, 서비스 제공시 소비자의 권익 침해 여부 등
- ③ 금융소비자 의견 반영 여부 점검
 - 금융소비자의 상품 제안에 대한 의견 반영 여부 등
- ④ 합리적 선택을 위한 정보내용의 적정성(상품설명서 등의 내용)
 - 상품설명서의 내용이 소비자가 알기 쉽도록 명료하게 작성되었는지 여부
 - 금융소비자의 불이익 사항 등이 쉽게 확인하도록 기재되어 있는지 여부 등
- ⑤ 계약 내용 및 약관 내용의 불공정성 등 점검
 - 약관의 내용 등이 금융감독원의 지도사항 혹은 공정거래위원회의 심결례 사항 등에 비추어 금융소비자에게 불이익하게 적용될 우려는 없는지 여부
 - 약관의 내용 등이 모호하게 규정되어 있거나 금융소비자에게 불이익하게 해석될 우려는 없는지 여부 등
- ⑥ 금융소비자 관점의 정보제공
 - 그림, 기호 등 시각적인 요소를 활용하여 소비자의 이해도를 제고하고 있는지 여부 등
- ⑦ 금융소비자 불만예방
 - 고객에 대한 합리적 이유 없는 불합리한 차별행위는 없는지 여부
 - 상품설명서 등에 상품과 관련하여 금융소비자에게 발생한 피해를 구제하기 위한 제도 등에 대한 정보가 제공되고 있는지 여부 등
- ⑧ 불완전판매 예방
 - 판매단계에서 임·직원이 소비자에게 상품내용을 충분히 전달하기 위한 교육자료가 마련되어 있는지 여부 등
- ⑨ 소비자보호문화 정착
 - 상품출시와 관련하여 임·직원이 소비자보호 관련 내용을 숙지하도록 교육자료가 마련되어 있는지 여부 등
- ⑩ 회사의 소비자보호에 대한 책임성 강화

· 금융상품 개발자의 이름·연락처가 상품 설명 자료 명기 여부 등

한편 회사는 금융관련 법규 등에서 정한 바에 따른 금융상품 개발과정에서 금융소비자의 시각을 반영하기 위한 자체 내부준칙(또는 매뉴얼 등)을 수립하여 운영하여야 한다. 해당 준칙은 다음과 같은 사항을 포함할 수 있다.

- ① 금융상품 개발자의 이름·연락처를 상품 설명 자료에 명기하는 등 책임성 강화
- ② 상품 개발부서의 해당 상품 판매자에 대한 충분한 금융상품 정보 공유 책임 강화(판매 회사/부서/담당직원 뿐 아니라 판매사가 금융상품 판매를 재위탁한 경우 위탁회사의 직원까지 포함)

금융상품 개발 시에 금융소비자보호 총괄부서가 금융소비자의 시각을 반영하기 위하여 마련해야 할 자체 내부준칙에 대한 예시는 <별첨 3>의 내용과 같다.

2 상품기획·개발 과정의 금융소비자 보호 채널 구축

가. 민원자료 활용 등을 통한 금융소비자 의견 반영

상품 개발·기획 시 초기 단계에서부터 금융소비자의 불만예방 및 피해의 신속한 구제를 위해 그간에 발생된 민원 등 금융소비자의 의견이 적극 반영될 수 있도록 업무 프로세스를 구축·운영하여야 한다.

- ① 민원의 근본원인을 제거하는데 도움이 되도록 민원의 체계성, 재발가

능성 여부, 경향을 파악하여 상품기획 및 개발에 활용하여야 한다.

- ② 금융소비자 요구 반영 여부 등 판매 리스크를 종합적으로 고려하여 보완 후 상품이 출시되어야 한다.

금융소비자보호 총괄부서는 구축된 업무 프로세스가 원활히 운영될 수 있도록 모니터링 및 실적관리를 하여야 한다.

나. 금융소비자 참여제도(외부전문가, 고객참여제도 등) 활용

회사는 금융소비자보호를 강화하기 위해 상품 및 서비스의 기획/개발단계에서 외부 전문가의 의견을 반영하거나 또는 고객참여제도(CS패널, 사이버동호회 등) 등 금융소비자들의 요구를 경영에 반영할 수 있는 채널을 적극 활용하며, 제안건수 대비 활용실적 분석 등을 정기적으로 실시한다.

다. 상품관련 발생민원 모니터링 및 개선

회사는 금융소비자보호를 실천하고 금융소비자불만 및 불편사항 해결을 위하여 상품 판매 및 마케팅 전개 후 금융소비자의 의견이나 요청을 듣는 등 모니터링을 실시하여 이를 상품 개발 및 업무개선 등 회사의 경영활동을 개선시키는데 활용하고, 민원 감축활동을 수시로 전개하여야 한다.

- ① 모니터링 기준을 마련·운영
- ② 신상품 또는 서비스 등의 출시 후 금융소비자 만족도 및 민원발생 사항 등의 모니터링 의무화 (사후검증시스템)
- ③ 모니터링 결과 제도개선이 필요한 사안은 즉시 관련부서에 통보하여 적시에 반영될 수 있는 피드백시스템(feed-back system)을 구축·운영

IV. 금융상품 판매과정의 금융소비자 보호

1 상품판매 과정의 소비자 보호 체계 구축

회사는 상품판매 과정(영업 등)에 있어서도 거래 상대방인 소비자보호를 최우선으로 하는 영업 관행을 정착하도록 노력하여야 한다. 이를 위해 모범규준에서는 다음과 같은 내용들을 규정하고 있다.

가. 판매 원칙의 준수

회사는 금융소비자를 보호하기 위하여 판매담당 직원이 직무를 수행할 때 준수하여야 할 기본적인 절차와 기준을 정하여야 한다.

판매담당 직원이 직무를 수행할 때에는 관련법령에 위반되는 행위를 하여서는 안 될 뿐만 아니라, 금융소비자 보호에 반할 우려가 있는 일체의 행위를 하여서도 안 된다.

판매담당 직원이 직무 수행 시에 준수해야 할 판매원칙에 대하여 각 금융업권별 협회는 공동 내부준칙을 마련할 수 있으며, 각 회사는 자율적으로 또는 협회 공동 내부준칙을 바탕으로 자체 내부준칙을 마련할 수 있다. 금융상품 판매 시 지켜야 할 내부준칙 마련에 대한 예시는 <별첨 4>와 같다.

협회 공동 내부준칙과 회사의 자체 내부준칙 모두 기본적으로 다음과 같은 판매 원칙을 준수할 것을 명시한다.

1) 신의 성실의 원칙

회사는 금융소비자에 대해 금융상품을 판매하는 과정에서 신의성실의 원칙을 준수한다.

- ① 금융상품 판매종사자의 도입·양성·교육·관리 등에 있어서 법령을 준수하고 건전한 금융거래질서가 유지될 수 있도록 최선의 노력을 다한다.
- ② 금융소비자에 대하여 금융상품에 대한 충분한 선택정보를 제공하여 불완전 판매가 발생하지 않도록 최선의 노력을 다한다.
- ③ 금융상품 판매과정에서 금융소비자에게 피해가 생긴 경우에는 신속한 피해구제를 위해 최선의 노력을 다한다.

2) 적합성 원칙

금융소비자보호 총괄부서는 금융소비자에게 금융상품을 구매권유할 때 금융소비자의 성향, 재무상태, 연령 등에 대한 충분한 정보를 파악하여 당해 금융소비자에게 적합하지 아니한 상품을 구매권유하지 아니하도록 판매준칙을 정한다. 다만, 구체적인 내용은 각 회사의 상황에 맞게 금융소비자보호 총괄부서가 정할 수 있다.

3) 정보보호의 원칙

회사는 금융상품 판매와 관련하여 개인정보의 수집 및 활용이 필요할 경우 명확한 동의절차를 밟아서 그 목적에 부합하는 최소한의 정보만 수집·활용하고, 당해정보를 선량한 관리자의 주의로서 관리하며, 당해 목적 이외에는 사용하지 아니한다. 아울러 회사는 수집된 개인정보를 관리하는 개인정보 관리책임자를 운영한다.

4) 권한남용 금지의 원칙

회사는 우월적 지위를 남용하거나 금융소비자의 권익을 침해하는 행위를 하지 아니한다. 특히 다음의 행위는 회사가 그 권한을 남용한 것으로 본다.

- ① 회사의 대출, 용역 등 서비스제공과 관련하여 금융소비자의 의사에 반하는 다른 금융상품의 구매를 강요하는 행위
- ② 회사의 대출 등과 관련하여 부당하거나 과도한 담보 및 보증을 요구하는 행위
- ③ 회사 또는 그 임직원에게 부당한 금품, 편의 등의 제공을 요구하는 행위
- ④ 회사 및 금융상품 모집인 등의 실적을 위해 금융소비자에게 가장 유리한 계약 조건의 금융상품을 추천하지 않고 다른 금융상품을 추천하는 행위

그 외에도 회사는 관련법령 등에서 규정한 우월적 지위를 남용 및 불공정 거래행위 등을 하여서는 아니 된다.

5) 기 타

회사는 금융상품 판매 시에 관련 법령 등에서 규정하고 있는 내용 들을 준수하여야 하고, 금지 행위를 하여서는 아니 되며, 소비자에게 불이익하거나 피해가 될 만한 행위를 일체 하여서는 아니 된다.

나. 판매 프로세스 관리

금융소비자보호 총괄부서는 금융상품 판매 과정에서 불완전판매가 발생하지 않도록 상품 판매 및 마케팅 담당 부서를 대상으로 금융소비자보호 관점에서 판매프로세스를 구축하고, 이를 매뉴얼화 하여야 한다.

1) 상품판매 전 프로세스

- 금융상품 판매자에 대해 상품별 교육훈련 체계를 갖추고, 상품별 판매자격기준을 마련하여 운영한다.
- 판매과정별 SMS문자서비스, e-mail 서비스 등을 활용한 관리프로세스, 피드백시스템(반드시 지켜야 할 사항에 대한 체크리스트 제공 및 이행 여부)등을 구축·운영하여, 불완전판매 여부에 대한 통제기능을 강화한다.
- 금융상품의 중요내용(금융상품 선택과정에서 금융소비자가 반드시 알아야 할 사항) 및 금융상품의 중요위험요인(원금손실, 금리변동 등 금융소비자의 피해유발사항)등에 대한 금융소비자 확인절차(서명 등)를 마련한다.

2) 상품판매 후 프로세스

- 금융소비자의 구매내용 및 금융상품에 대한 이해의 정확성 등 불완전판매 여부를 확인(모니터링, SMS문자, e-mail 서비스 등)한다.
- 불완전판매 및 불완전 판매 개연성이 높은 상품에 대해서는 당해 금융상품의 유형을 고려하여 재설명 및 청약철회, 손해배상 등의 소비자보호절차를 마련한다.

또한 상품 및 서비스와 관련한 금융소비자의 불만이 빈발하는 경우 금융 소비자의 불만내용과 피해에 대한 면밀한 분석을 통하여 금융소비자불만의 주요원인을 파악하고 이를 관련부서와 협의하여 개선되도록 하여야 한다. 금융소비자보호 총괄부서는 구축된 판매 프로세스가 원활히 운영될 수 있도록 모니터링 및 실적관리를 하여야 한다.

V. 금융상품 판매 이후 과정의 금융소비자 보호

1 효율적인 민원관리시스템(VOC*시스템 포함) 구축

* Voice of customers (고객의 소리) : 금융이용자가 상품, 서비스 등의 구매, 이용과 관련하여 회사에 제기하는 불만, 개선사항 등을 의미

회사는 독립적이고 공정한 민원처리와 구제절차를 마련하여 운영하여야 하며, 금융소비자가 시의적절하고 효율적이며 저렴한 비용으로 이용할 수 있도록 하여야 한다.

회사는 금융소비자가 다양한 민원접수 채널(방문, 전화, 서신, FAX, E-mail, 인터넷)을 통해 언제 어디서나 민원을 제기할 수 있도록 하여야 하고, 해당 민원을 One-Stop으로 처리할 수 있는 시스템을 구축하여야 한다.

회사는 민원처리 시스템을 통하여 민원처리시 접수사실 및 사실관계 조사현황 등을 정기적으로 금융소비자에게 고지하여야 한다. 또한 민원인의 의견을 회사 경영에 반영하여 민원예방에 노력하여야 한다.

회사는 민원처리 결과를 금융소비자가 수궁할 수 있도록 법규, 사실관계 조사결과 등 명시적인 근거를 제시하고 금융소비자가 이해하기 쉬운 용어를 사용하여 가능한 자세히 기재하여야 하며, 민원처리 후에는 처리결과를 문서, 팩스, 전자우편, 문자메시지, 전화 등의 방법으로 금융소비자에게 통지하여야 한다.

가. 모니터링 기능

회사는 민원의 다발성, 변동추이 등을 모니터링할 수 있어야 하며, 이를 활용하여 조기경보 등을 통하여 민원 예방이 실현될 수 있는 시스템을 구축하여야 한다. 또한 신상품 출시후 상품별 고객불만 및 민원발생 모니터링을 수행할 수 있어야 한다.

나. 신속성, 투명성 확보

회사는 금융소비자의 불만을 다양한 접수채널(방문, 전화, 서신, 팩스, e-mail, 인터넷 등)을 통해 접수하고, 금융소비자불만이 접수되는 즉시 민원 접수사실, 민원처리 담당자 성명, 전화번호 등을 민원인에게 문서, 팩스, e-mail, 문자메세지, 전화 등의 방법으로 통지하여야 한다.

민원의 접수, 처리 과정은 총괄부서 및 유관부서(영업점 포함)에서 실시간 조화가 가능하도록 운영하여야 한다.

금융소비자불만의 처리기한은 접수시간부터 처리결과에 대한 안내시점까지 관리하여야 하며, 상품별 금융소비자불만의 유형에 따라 구분·처리하여야 한다.

다. 민원처리 전과정의 전산화

회사는 민원의 접수단계에서 종결까지 전 과정에 대하여 전산시스템(음성녹취, 이미지 스캐닝, E-mail, SMS서비스등)을 개발, 운영함으로써 업

무처리의 효율성을 높여야 한다. 단, 민원건수가 적어 수작업 분석이 가능한 경우에는 제외 가능하다.

라. 모든 처리결과에의 Data Base화

민원처리 시스템 내에는 유형별, 원인별, 상품별, 부서별, 영업조직별 통계 Data를 제공할 수 있어야 하며, 문제영역에 대해서는 조기대응 및 분석이 가능하여야 한다.

2 효과적인 민원피드백(feedback) 시스템 구축

가. 민원업무 규정 및 매뉴얼

민원관리 프로세스가 효율적으로 실행되도록 명확한 행동기준을 제시하고 민원을 적극적으로 처리하려는 회사방침과 시행내용을 전달하기 위해 민원사무처리지침을 작성, 운영토록 한다.

민원업무 규정, 매뉴얼, 전산시스템 등에는 대고객 응대요령, 민원/분쟁 사례 및 판례, 민원사례별 응대요령, 민원예방 체크리스트, 업무자료집 접속방법, 주요업무 Q&A, 본점 업무담당자 문의연락처 등이 포함되어야 한다.

나. 금융소비자보호 총괄부서와 주관하에 제도개선 시스템 구축

금융소비자보호 총괄부서는 민원 관련부서에 실시간으로 민원 접수 내용을 제공하고, 제도개선 시스템을 구축하여 소비자불만을 근본적으로 해소하고자 노력해야 한다.

금융소비자보호 총괄책임자(CCO)는 민원(VOC포함)처리 관련 민원유형에 대한 심층분석 결과에 따라 제도개선사항을 도출하여 일정한 절차에 의거 관련부서장에게 제도개선 조치를 요청하고, 개선여부를 관리하여야 한다.

제도개선을 요구받은 관련 부서는 신속하게 개선계획 및 결과를 보고하여야 하며, 금융소비자보호 총괄부서는 그 제도개선 진행사항 및 결과를 관리하여야 한다.

제도개선 요구 미수용건은 사유와 요인을 분석하여 재검증 절차(임원회의 부의, 경영진 별도보고 등)를 통해 미수용 결정이 타당한 지 여부를 재검증 받고, 타당하지 않은 경우 제도개선을 요구받은 관련 부서는 지체없이 개선 계획을 마련하고, 사후 결과를 금융소비자보호 총괄책임자(CCO)에게 보고하여야 한다.

다. 평가도구 마련

금융소비자보호 총괄부서는 금융소비자, 내부직원 등 제도개선 사안 발굴을 위한 다양한 접수채널을 개발하고, 이를 활성화하기 위하여 평가 제도를 구축, 운영한다. 특히, 민원의 발생 또는 예방을 포함하여 각 부서 및 임직원이 업무를 수행함에 있어 소비자보호에 충실하였는지를 조직 및 개인성과평가에 반영하는 평가도구를 마련한다. 금융소비자보호 총괄책임자(CCO)

는 평가도구에 기반한 모니터링 및 실제 평가를 총괄하는 권한을 갖는다.

- 민원발생 원인분석을 위한 현장 영업프로세스 실태 분석 및 개선방안 마련을 위한 조사방법, 실시주기, 개선안 이행을 관리
- 신속한 민원처리를 위한 부서별, 유형별 처리기간 관리, 목표설정, 평가, 보고체계 및 피드백 실시 등

금융소비자보호 총괄부서는 효율적인 민원처리 및 제도개선을 위하여 시스템을 개발하고, 국내외 사례연구, 벤치마킹 등의 개선활동을 지속적으로 전개한다.

라. 민원발생 평가결과 공시

회사는 금융소비자가 민원발생평가 등급을 회사 선택 시 활용할 수 있도록 경영공시항목에 반영하며, 금융감독원은 민원발생평가 결과를 홈페이지에 게시하여야 한다.

회사는 자체에서 발생·처리한 민원건수와 금융감독원, 한국소비자원 등에서 이첩된 민원건수를 유형별로 분류하여 반기별로 경영공시에 반영하고, 각 금융협회도 해당 업권의 회사의 경영공시를 홈페이지에 게시하여야 한다.

회사는 당해 회사의 상품개발·판매행위준칙의 마련 여부 및 운영현황, 민원처리 및 해당 민원의 환류시스템 운영 현황 등 금융소비자 보호체제에 관한 요약정보를 홈페이지 등에 게시하여야 한다.

VI. 금융상품 정보제공 강화를 통한 금융소비자 보호

1 정보제공 관련규정의 준수

가. 정보 내용의 적정성

회사는 상품안내장, 약관, 광고, 홈페이지 등 금융소비자에게 정보를 제공하는 수단에 대하여 부정확한 정보나 과대 광고로 금융소비자가 피해를 입지 않도록 글자크기, 폰트, 글자색, 배치 등에 대한 기준을 마련·운영한다.

금융소비자에게 제공하는 정보는 금융소비자가 알아보기 쉽도록 글자는 크고 읽기 쉽게 제작하고, 전문용어의 사용은 가급적 피하고 일상적인 어휘를 사용하며, 그림, 기호 등 시각적인 요소를 적극 활용하여 금융소비자의 이해도를 제고할 수 있도록 접근성 및 용이성 확보를 위한 운영기준을 마련한다.

- ① 금융소비자가 알기 쉽도록 간단·명료하게 작성하여야 한다.
- ② 객관적인 사실에 근거해서 작성하고, 금융소비자가 오해할 우려가 있는 정보를 작성하여서는 아니 된다.
- ③ 회사 상호간 공정경쟁을 해치거나 사실을 왜곡하는 내용을 포함하여서는 아니 된다.
- ④ 공시내용에 대한 담당부서, 담당자 지정 및 표시하여야 한다.

나. 정보의 시의성

금융소비자에 대한 정보제공은 제공시기 및 내용을 금융소비자의 관점에서 고려하고 정보제공이 시의적절하게 이루어 질 수 있도록 내부지침을 마련하여 운영한다.

회사는 공시자료 내용에 변경이 생긴 경우 특별한 사유가 없는 한 지체 없이 자료를 수정함으로써 금융소비자에게 정확한 정보를 제공하여야 한다.

다. 금융상품 구매권유 및 정보제공의 원칙

회사는 금융소비자에게 금융상품을 구매권유할 때 금융소비자가 당해 금융상품의 종류 및 성격, 금융소비자에게 불리한 내용 등을 이해하지 못하거나 오인하지 않도록 충분히 설명하고, 상품설명서 등에도 관련 정보를 제공하여야 한다. 특히 회사가 당해 금융상품의 가치에 중대한 영향을 미치는 사항을 미리 알고 있는 경우 그 내용은 반드시 설명하고 이해여부를 확인한다.

회사는 다음 사항에 대해서는 반드시 설명하고, 상품설명서 등 관련 정보를 금융소비자에게 제공한다.

- 금융소비자의 불이익 사항 : 원금 손실 가능성, 손실가능 범위, 중도해지시의 불이익, 금융소비자에게 추가부담이 발생할 수 있는 사항, 기한이익 상실 사유, 보장이 제한되거나 되지 않는 경우 등
- 기타 금융소비자의 권익에 관한 중요사항

그 외에도 회사는 자신이 알고 있는 내용을 금융소비자에게 고의적으로 숨기거나 사실과 다르게 알리는 행위를 하지 못한다. 또한 기본적으로 회사는 금융상품과 관련된 정보제공시에 금융소비자의 권익을 침해하는 다음과 같은 표시를 하여서는 아니된다.

<표 5> 금융상품 정보제공시 확인해야 할 사항 (예시)

- 1) 이자 기타 수익성에 대하여 표시 시점에 확정되어 있는 것보다 현저히 우량 또는 유리한 것으로 오인시킬 우려가 있는 표시, 기타 예저금(預貯金)의 수익성에 관하여 오인될 우려가 있는 표시
- 2) 실제로는 원본 보전이 되지 않음에도 불구하고 마치 이것이 있는 것처럼 오인될 우려가 있는 표시, 기타 예저금 등의 안정성에 관해 오인될 우려가 있는 표시
- 3) 실제로는 예입 또는 지불에 관한 제한이 있음에도 불구하고 마치 이것이 없는 것처럼 오인될 우려가 있는 표시, 기타 예저금의 유동성에 관하여 오인될 우려가 있는 표시
- 4) 실제로는 스스로 행하지 않는 업무를 마치 행하고 있는 것처럼 오인될 우려가 있는 표시, 또는 실제로 업무제휴를 행하고 있지 않음에도 불구하고 마치 행하고 있는 것처럼 오인될 우려가 있는 표시
- 5) 자기가 제공하는 서비스(다른 사람과 제휴에 의해 제공하는 것도 포함)에 대해 실제로는 수수료를 징수함에도 불구하고 무료로 이용할 수 있는 것처럼 오인될 우려가 있는 표시
- 6) 실제로는 적용되지 않는 금리 또는 수수료(표시 직전 상당기간 실제로 적용되고 있었던 금리 또는 수수료를 제외)를 비교가격으로 함으로써 실제의 것보다도 현저히 유리한 것으로 오인될 우려가 있는 표시
- 7) 실제로 거래할 의사가 없는 것으로 인정되는 금융상품 또는 서비스에 대해 거래 할 수 있는 것으로 오인될 우려가 있는 표시
- 8) 금융상품 등에 관한 구체적인 정보를 제공하기 위한 것도 아니며 단지 다른 사람 또는 기타 금융상품 등의 단점을 지적하려는 비방 또는 중상의 표시 등

이를 위하여 회사는 관련법령 및 감독당국의 행정지도 등의 사항을 반영하여 금융상품 안내 시에 확인해야 할 사항 및 유의해야 할 사항에 대한 자체 기준을 마련하여 운영하는 것이 바람직하다.

<표6> 금융상품 표시 광고시 확인 리스트 (예시)

□ 금융상품 표시·광고행위시 필요 표시사항 확인 여부

(1) 기간이 정해져 있는 예·적금 등의 금리를 표시할 경우 필요 표시사항

- ① 표시금리가 적용되기 위해 필요한 입금 등의 기간
- ② 입금 등의 기간, 거치기간, 통지기간이 있는 경우에는 그 기간
- ③ 표시금리가 적용되기 위해 필요한 입금 등의 금액
- ④ 최저 입금금액, 입금단위, 입금 한도액이 있는 경우에는 그 금액
- ⑤ 변동금리의 경우에는 그러한 사실
- ⑥ 변동금리의 경우에는 금리변동의 기준과 빈도(금리변동의 기준이 없는 경우에는 그 사실)

(2) 기간이 정해져 있지 않은 예·적금 등의 금리를 표시할 경우 필요 표시사항

- ① 표시금리가 적용되기 위하여 필요한 거치기간이 있는 경우에는 그 기간
- ② 거치기간, 통지기간이 있는 경우에는 그 기간
- ③ 예금으로부터의 기간에 따라 다른 금리가 적용되는 경우에는 그 사실
- ④ 예금으로부터의 기간에 따라 다른 금리가 적용되는 경우에는 각 기간구분
- ⑤ 표시금리가 적용되기 위하여 필요한 입금 금액
- ⑥ 최저 입금금액, 입금단위, 입금한도액이 있는 경우에는 그 금액
- ⑦ 잔고의 다과에 따라 다른 금리가 적용되는 경우에는 그 사실
- ⑧ 잔고의 다과에 따라 다른 금리가 적용되는 경우에는 각 금액 구분
- ⑨ 변동금리의 경우에는 그 사실
- ⑩ 원본 보전이 되지 않는 경우에는 그 사실
- ⑪ 이자계산방법
- ⑫ 표시금리가 세전표시인지 세후표시인지 여부
- ⑬ 상품에 수수료가 있는 경우 그 사실 및 그 금액 또는 비율
- ⑭ 입금 또는 지출의 회수, 금액, 또는 방법 등에 제한이 있는 경우 그 사실 및 내용

- ⑮ 거치기간 내에 해약하면 수수료가 적용될 가능성이 있는 경우에 그 사실 및 그 금액 또는 요율
- ⑯ 거치기간 내에 해약하는 원본 손실이 생길 가능성이 있는 경우 그 사실
- ⑰ 거치기간 내에 해약할 수 없는 경우 그 사실
- ⑱ 표시 유효기간 및 기준기일

(3) 금리우대 등의 내용을 표시할 경우 필요 표시사항

- ① 금리우대를 받기 위하여 필요한 거래조건이 있는 경우 그 사실
- ② 금리우대를 받기 위하여 필요한 거래조건이 있는 경우 그 모든 거래조건
- ③ 금리우대 등의 제공기간
- ④ 중도해약 등으로 금리우대 중지 등의 불이익을 받을 가능성이 있는 경우에는 그 내용
- ⑤ 표시유효기간 및 기준기일

□ 금융상품 표시·광고행위시 유의사항 확인 여부

(1) 최상급 및 기타 서열을 의미하는 용어 사용

“최고”, “최저”, “최우량”, “최대”, “최소”, “제1위” 등 업계에 있어서 최상급 기타 서열을 직접적으로 의미하는 용어는 주장하는 내용이 객관적으로 실증되는 경우에만 사용한다.

(2) 유일성을 의미하는 용어

“우리나라에서 최초”, “금융계에서 최초”, “당행만” 등 업계에서 유일성을 직접적으로 의미하는 용어는 주장하는 내용이 객관적으로 실증되는 경우에만 사용한다.

(3) 비교광고시

- ① 금융상품 등에 관한 광고에 있어서 타사의 금융상품 등과의 비교를 표시하는 경우는 비교광고에서 주장하는 내용이 객관적으로 실증되어야 하며
- ② 실증되고 있는 수치와 사실을 정확하고 적정하게 인용하여야 하며
- ③ 비교방법이 공정해야 한다.

2 금융상품정보제공 관리

가. 결산공시자료 및 상품정보 제공

회사는 정기공시 자료 중 결산공시자료 및 상품정보를 금융소비자가 쉽게 열람할 수 있도록 당해 회사 홈페이지 초기화면에 배치하고, 회사의 본점, 지역본부 및 지점객장의 지정장소에 비치하여야 한다.

회사가 신문, 방송 등 언론매체를 통해 상품 및 서비스를 홍보하는 경우, 그 내용에 대한 책임을 명확하게 함과 동시에, 금융소비자가 이해하기 쉽고 오인하지 않도록 내용을 쉽게 구성하여 전달하여야 한다.

나. 금융상품 설명의 충실성 확보

금융소비자보호 총괄부서는 회사 또는 직원의 금융상품 구매권유시, 당해 금융상품 설명의 충실성을 확보하기 위하여, 제공되는 정보에 대한 관리를 할 수 있다.

- 민원유발요인을 사전에 점검하여 상품별 주요사항 및 필수 안내사항을 선정하고 이를 상품설명서 등에 반영한다.
- 선정된 금융상품 주요사항 및 필수안내사항에 관한 정보가 상품 권유시 제공될 것을 권장한다.

다. 모니터링

회사는 상품 및 경영정보 공시자료가 적정하게 작성되었는지 여부를 수시 점검, 확인 등을 위한 시스템을 구축하여야 한다.

금융소비자보호 총괄부서는 금융소비자에게 제공된 정보내용의 적정성 여부, 이해가능성 등을 모니터링하고 제공시기 및 방법, 접근의 용이성 등에 대해 공시주관부서와 협의하여 이를 개선·관리하여야 한다.

3 소비자보호 관련 자율 공시

가. 소비자보호 우수사례 공시

회사는 제도개선, 업무프로세스 개선 등을 통해 민원발생 감축효과가 가시적으로 나타났거나, 모범적인 사례 혹은 예상되는 혁신 우수사례 등을 홈페이지 등에 공시함으로써 다른 회사에서도 소비자보호 업무에 참고할 수 있도록 하여야 한다.

나. 소비자보호 전략 공시

회사는 최고 경영자의 소비자보호에 대한 의지가 포함된 내용(행동강령, 헌장 등)과 회사의 소비자 보호전략에 대한 내용(행동강령, 헌장 등)을 홈페이지 등을 통해 자율적으로 공시할 수 있다.

다 금융소비자 보호체계 정보 공시

회사는 당해 회사의 상품개발·판매행위준칙의 마련 여부 및 운영현황, 민원처리 및 해당 민원의 환류시스템 운영현황 등 금융소비자 보호 체계에 관한 요약정보를 홈페이지 등에 게시하여야 한다.

4 소비자 인식 강화

금융소비자보호 총괄부서는 금융상품 판매부서 뿐 아니라 소비자에게도 기본적인 판매 프로세스에 대해 안내하여 고객의 서비스 만족도를 높일 수 있다. 구체적으로는 다음과 같다.

- 투자성 상품 구매 시 투자성향 진단 등 회사의 조력을 받을 수 있음을 안내
- 금융상품 판매시 회사가 준수해야 할 의무 및 소비자가 반드시 사전에 확인해야 할 사항 등에 대한 안내
- 금융상품 판매와 관련한 분쟁 및 소비자 피해 발생시 분쟁조정 및 피해구제를 받을 수 있는 절차 안내
- 회사의 상품개발·판매행위 준칙 등 금융소비자 보호체제에 관한 요약정보의 게시 안내
- 금융상품 판매시 업무처리와 관련한 소비자의 불만 및 상품에 대한 불만 등에 대한 의견 제시 방법 안내
- 금융소비자를 위한 교육 실시에 관한 안내 등

<별첨 1>

상품개발관련 체크리스트

(점검일자 : 20 . . .)

[작성대상] 자체 개발한 금융상품

[작성시기] 금융상품 개발 단계

개발 부서	부 서 명	
	금융소비자 보호담당자	직 : 성명 : (인)

[상품개요]

상품명	상품특성	개발자

[의견]

예시) 상품설명서 상에 수수료에 대한 부분이 명확하게 설명되어 있지 않고 다소 불충분하게 기재되어 있어 추후 관련 민원 발생이 예상되므로 상세하게 보완할 필요

- 기존 유사상품의 경우에도 같은 내용이 상품설명서에 기재되어 있었는데 이에 대하여 다수의 민원이 접수된 바 있음

[체크리스트]

구분	점검항목 및 내용	점검결과																								
관련 법규 위반 여부	① 관련 법령 등 위반사항 여부 점검 • 관련 법령(은행법, 보험업법, 자본시장법 등)에 위반되는 사항은 없습니까? • 감독규정 및 내부규정 등에 위반되는 사항은 없습니까? • 금융감독원 등의 지도사항에 위반되는 사항은 없습니까? • 상품 및 서비스의 내용이 관련 판례 혹은 금융분쟁조정위원회의 결정에 위반되는 사항은 없습니까?	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="background-color: #ADD8E6;">양호</td> <td style="background-color: #ADD8E6;">보통</td> <td style="background-color: #ADD8E6;">미흡</td> </tr> <tr> <td style="width: 33px; height: 20px;"></td> <td style="width: 33px; height: 20px;"></td> <td style="width: 33px; height: 20px;"></td> </tr> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="background-color: #ADD8E6;">양호</td> <td style="background-color: #ADD8E6;">보통</td> <td style="background-color: #ADD8E6;">미흡</td> </tr> <tr> <td style="width: 33px; height: 20px;"></td> <td style="width: 33px; height: 20px;"></td> <td style="width: 33px; height: 20px;"></td> </tr> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="background-color: #ADD8E6;">양호</td> <td style="background-color: #ADD8E6;">보통</td> <td style="background-color: #ADD8E6;">미흡</td> </tr> <tr> <td style="width: 33px; height: 20px;"></td> <td style="width: 33px; height: 20px;"></td> <td style="width: 33px; height: 20px;"></td> </tr> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="background-color: #ADD8E6;">양호</td> <td style="background-color: #ADD8E6;">보통</td> <td style="background-color: #ADD8E6;">미흡</td> </tr> <tr> <td style="width: 33px; height: 20px;"></td> <td style="width: 33px; height: 20px;"></td> <td style="width: 33px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	양호	보통	미흡				양호	보통	미흡				양호	보통	미흡				양호	보통	미흡			
	양호	보통	미흡																							
	양호	보통	미흡																							
양호	보통	미흡																								
양호	보통	미흡																								

소비자 권익보호	② 금융소비자의 권익 침해요소 점검							
	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 유사상품과 비교하여 민원발생의 소지는 없습니까? (유사상품에 대한 민원사례 확인여부) 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡			
	양호	보통	미흡					
<ul style="list-style-type: none"> • 금리 체계가 합리적이며 회사와 소비자의 입장을 균형 있게 고려하고 있습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡				
양호	보통	미흡						
<ul style="list-style-type: none"> • 수수료는 적정하며 회사와 소비자의 입장을 균형 있게 고려하고 있습니까? • 서비스 제공방법(대면, 비대면)은 은행과 소비자의 입장을 균형 있게 고려하고 있습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡				
양호	보통	미흡						
소비자 알 권리 등	③ 금융소비자 의견 반영							
	<ul style="list-style-type: none"> • 민원자료 활용을 통한 금융소비자의 의견이 반영되었습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡			
	양호	보통	미흡					
<ul style="list-style-type: none"> • 금융소비자의 상품 제안을 통한 금융소비자의 의견이 반영되었습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡				
양호	보통	미흡						
④ 합리적 선택을 위한 정보내용의 적정성(상품설명서 등의 내용)								
<ul style="list-style-type: none"> • 상품설명서의 내용이 금융소비자가 알기 쉽도록 명료하게 작성되었습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡				
양호	보통	미흡						
<ul style="list-style-type: none"> • 상품 및 서비스 내용이 객관적인 사실에 근거하여 작성되었습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡				
양호	보통	미흡						
<ul style="list-style-type: none"> • 상품 및 서비스 내용이 소비자가 오해할 소지는 없습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡				
양호	보통	미흡						
<ul style="list-style-type: none"> • 금융소비자의 불이익 사항이 상품설명서에 제대로 반영되어 있습니까? - 불이익 사항이 소비자가 쉽게 확인하도록 기재되어 있습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡				
양호	보통	미흡						
<ul style="list-style-type: none"> • 소비자에게 다양한 정보를 제공하여 소비자가 상품위험과 기회요인을 이해하고 합리적인 선택이 가능하도록 하였습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡				
양호	보통	미흡						
소비자 알 권리 등	⑤ 계약 내용 및 약관 내용의 불공정성 등 점검							
	<ul style="list-style-type: none"> • 약관의 내용 등이 금융소비자가 알기 쉽도록 명료하게 작성되었습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡			
	양호	보통	미흡					
<ul style="list-style-type: none"> • 약관의 내용 등이 금융감독원의 지도사항 혹은 공정거래위원회의 심결례 사항 등에 비추어 금융소비자에게 불이익하게 적용될 우려는 없습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡				
양호	보통	미흡						
<ul style="list-style-type: none"> • 약관의 내용 등이 모호하게 규정되어 있거나 금융소비자에게 불이익하게 해석될 우려는 없습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡				
양호	보통	미흡						

	⑥ 금융소비자 관점의 정보제공 <ul style="list-style-type: none"> • 금융소비자에 대한 적절한 정보제공방법을 명시하였습니까? • 그림, 기호 등 시각적인 요소를 활용하여 소비자의 이해도를 제고하고 있습니까? • 신상품 정보를 고객이 확인할 수 있도록 홈페이지 등을 통하여 게시하고 있습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡				양호	보통	미흡				양호	보통	미흡			
양호	보통	미흡																		
양호	보통	미흡																		
양호	보통	미흡																		
소비자 피해예방	⑦ 금융소비자 불안예방 <ul style="list-style-type: none"> • 고객에 대한 합리적 이유 없는 불합리한 차별행위는 없습니까? <p>고려사항 : 성별, 종교, 장애, 나이, 출신지역, 출신국가, 용모 등 신체조건, 혼인 여부, 사상, 성적(性的) 지향, 학력</p> <ul style="list-style-type: none"> • 상품설명서 등에 상품과 관련하여 금융소비자에게 발생한 피해를 구제하기 위한 제도 등에 대한 정보가 제공되고 있습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡				양호	보통	미흡									
	양호	보통	미흡																	
양호	보통	미흡																		
	⑧ 불완전판매 예방 <ul style="list-style-type: none"> • 상품 개발 및 판매 전·후의 모든 프로세스에서 완전판매가 이루어지도록 설계되었습니까? • 판매단계에서 임·직원이 소비자에게 상품내용을 충분히 전달하기 위한 교육자료가 마련되어 있습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡				양호	보통	미흡									
양호	보통	미흡																		
양호	보통	미흡																		
소비자 보호문화	⑨ 소비자보호문화 정착 <ul style="list-style-type: none"> • 상품출시 3영업일 전에 고지되어 은행직원들이 관련 내용을 숙지하는 데 도움을 주고 있습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡															
양호	보통	미흡																		
회사 책임성 강화	⑩ 회사의 소비자보호에 대한 책임성 강화 <ul style="list-style-type: none"> • 금융상품 개발자의 이름·연락처가 상품 설명 자료에 명기되어 있습니까? • 상품 개발부서에서는 해당 상품 판매자에 대한 충분한 금융상품 정보를 제공하고 있습니까? 	<table border="1"> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>양호</td><td>보통</td><td>미흡</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	양호	보통	미흡				양호	보통	미흡									
	양호	보통	미흡																	
양호	보통	미흡																		

※ 점검결과 모든 항목이 적정할 경우에 한해 해당상품 판매가 가능함.
단, 보통항목은 상품출시 전까지 보완 후 판매 가능함.

<별첨 2>

금융소비자보호 상품개발 내부준칙

제정 2013.11. 1.

제1조(목적) 본 준칙은 금융소비자(이하 ‘소비자’라 한다.)를 보호하기 위하여, 금융상품(이하 ‘상품’이라 한다.) 개발시 기획에서 사후단계까지 상품개발부서가 지켜야 할 원칙과 자세 및 의무를 규정함을 목적으로 한다.

제2조(금융소비자보호 원칙의 준수) 상품개발부서는 내규에서 규정하는 금융소비자보호가 이루어지도록 최선의 노력을 다하여야 한다.

제3조(상품개발시 기본자세) 상품개발부서는 소비자의 입장에서 금융상품을 기획 및 개발하여야 한다.

제4조(상품 입안 단계시 준수사항) 상품개발부서는 상품 개발시 금융소비자보호 총괄부서의 제도 개선 요청사항 및 민원 결과·고객의 소리 등 고객채널을 통한 요청 등을 반영하여야 한다.

제5조(사전 협의) 상품개발부서는 상품안 작성시 소비자보호의 관점에서 재고하되, 사전에 금융소비자보호 총괄부서와 협의한다.

제6조(체크리스트를 통한 점검)

① 상품개발부서는 제5조에 의한 사전 협의 전에 금융소비자의 시각에서 소비자에게 불리한 사항은 없는지 확인하기 위하여 체크리스트를 통한 점검을 실시하여야 한다.

② 상품개발부서는 상품개발/기획단계에 외부전문기관/고객참여 운영제도 등 금융소비자의견이 적극 반영되도록 한다.

제7조(상품판매 계획수립 전 준수사항) 상품개발부서는 상품판매 계획수립시 성별, 연령, 학력 등을 고려하여 불합리한 차별행위가 발생하지 않도록 주의하여야 하며, 불완전판매 방지를 위한 충분한 검토를 거쳐야 한다.

제8조(상품개발자 정보의 기재) 상품개발부서는 소비자의 의견을 수렴하기 위하여 상품개발자 정보를 상품설명서에 기재하는 등의 방법을 사용한다. 이

때 상품개발을 위탁한 경우 수탁한 자에 대하여도 같다.

제9조(판매직원과 상품정보 공유강화) 상품개발부서는 판매직원이 금융소비자에게 적합한 상품판매가 이루어지도록 지속적으로 금융상품 정보를 제공한다.

제10조(약관 및 상품설명서 작성시 준수사항) 상품개발부서는 약관 및 상품설명서 작성 및 수정시 다음 각 호의 사항을 준수하여야 한다.

1. 상품 주요내용 및 소비자가 알아야 할 주의사항이 반드시 포함될 것
2. 부동산자 기재시 눈에 잘 띄는 곳에 고객이 잘 알아볼 수 있게 표시할 것
3. 수시로 변하는 사항에 대하여는 홈페이지 게시 등 고객이 가장 빨리 알아볼 수 있는 방법으로 즉시 공지할 것

제11조(부적합 상품의 처리 및 보상) 상품개발부서는 금융소비자보호 총괄부서의 지적 및 자체 점검, 민원 등 제도에 부적합한 상품으로 판명된 경우 상품의 판매중단, 폐지, 통폐합 여부 등을 실행한다. 이 때 고객에 대한 피해가 발생한 경우 보상에 관하여는 민원업무상 보상처리절차를 준용한다.

제12조(상품정보변경 고객 통지) 상품개발부서는 상품의 판매중단, 폐지, 통폐합이 결정된 경우에는 관련 법규, 약관 등을 검토하여 홈페이지 공시, 고객 앞 사전고지, 고객의 승인 등 필요한 해당 조치를 실시한다.

제13조(시행일) 본 준칙은 2013년 11월 1일 부터 시행한다.