



소비자 금융역량 강화의 필요성

정원석 연구위원

금융상품은 일반적인 상품에 비해 판매자와 소비자 사이의 정보비대칭성이 큰 상품으로 소비자가 이에 대한 충분한 지식을 가지고 금융상품에 가입하지 못할 수 있음. 따라서 감독당국은 금융소비자에게는 일반적인 상품보다 더 높은 수준의 소비자보호 제도를 적용하고 있고 판매자가 소비자에게 더 많은 정보와 권리를 제공하도록 하는 금융소비자보호법 제정을 추진하고 있음. 하지만, 권리와 정보를 제공한다고 해도 이를 활용할 수 있는 금융소비자의 금융역량이 높지 않으면, 제공받는 정보와 권리를 충분히 활용할 수 없음. 따라서 정보 및 권리 강화와 더불어 국민의 금융역량 제고를 위한 공적영역과 사적영역의 노력이 필요함

■ 금융상품은 일반적인 상품에 비해 판매자와 소비자 사이에 정보비대칭이 크기 때문에 금융상품 판매에는 높은 수준의 소비자보호가 수반됨

- 일반적으로 소비자는 본인이 원하는 상품에 대한 충분한 정보를 바탕으로 구매 결정을 함
- 하지만 금융상품은 상품 구조가 복잡한 경우가 많으므로 소비자가 금융상품과 관련된 모든 사항을 인지하고 구매결정을 내리는 것은 쉽지 않을 수 있음
 - 금융상품은 일반적인 상품과 달리 구매시점과 구매로 인한 효용을 얻는 시점이 다르며, 원금손실이 발생할 수 있음
 - 따라서 금융당국은 정보가 부족한 금융소비자 보호를 위한 다양한 제도를 운영하고 있음

■ 금융소비자 보호 체계 확립을 위해 감독당국은 「금융소비자보호법」 입법을 추진하고 있음¹⁾

- 규제외 틀 측면에서는 금융상품 및 판매자를 단순하게 재분류하여 규제사각지대를 방지함
- 판매자에게는 불완전판매 방지를 위한 판매행위 규제 및 위반에 대한 제재를 강화함
 - 판매자의 행위규제를 위해 적합성, 적정성, 설명의무 등 6대 판매행위 원칙을 판매자에 부과하고, 판매제한 명령권 등을 도입함

1) 「금융소비자보호법」 정부안

- 소비자 측면에서는 비교공시, 자문서비스 등 소비자에게 정보제공을 강화하고, 청약철회권 등을 부여하여 사후 권리구제를 강화함
- 법안은 자문서비스를 통한 정보제공 강화로 소비자보호 강화를 도모하고 있으나 자문서비스의 범위, 수수료 체계가 확립되지 않아 자문서비스를 통한 소비자보호의 실효성은 제한적일 수 있음
 - 현재 요건을 갖춘 금융기관에 허용되고 있는 자문·일임업에서도 실무상 자문과 일임을 명확하게 구분하여 수수료를 수취하지 못하고 있음
 - 금융상품에 대한 정보만을 전달받고 일정금액을 서비스 제공자에게 지불하는 순수 자문서비스에 대한 고객의 지불의향(Willingness To Pay)은 낮은 수준임
 - 게다가 자문서비스 제공자가 상품 소개로 인한 수수료를 금융회사로부터 수취하게 될 경우, 고객보다 자신의 이익을 최대화하는 방향으로 상품추천을 할 수 있음²⁾
- 「금융소비자보호법」이 취지에 맞는 효과를 얻기 위해서는 소비자가 권리와 정보를 활용할 수 있는 금융역량³⁾을 확보해야 함
 - 금융소비자가 충분한 금융역량을 가지고 있을 때 정책의 효과를 높이고, 불완전판매 등의 문제를 획기적으로 줄일 수 있을 것임
 - 학술연구들에 따르면 금융에 대한 행태가 바람직하지 못하거나 금융지식 수준이 낮은 소비자가 이 자율이 높은 대출상품을 이용하는 빈도가 높은 것으로 나타남⁴⁾⁵⁾
 - 소비자가 충분한 금융역량을 가지고 있지 못할 경우 상황에 따라 금융상품을 적절히 활용하기가 어렵고 판매자는 자신의 이익에 부합하는 상품을 추천할 유인이 큼⁶⁾
 - 하지만 우리국민의 금융역량 수준은 주요 선진국에 비해 낮은 수준임
 - OECD 보고서에 따르면 우리국민의 금융역량은 14.4점으로 OECD 평균 13.7점에 비해 높으나 선진국인 프랑스, 핀란드, 노르웨이, 캐나다 등에 비해서는 낮은 수준임⁷⁾
 - 금융역량의 주요사항인 복리, 인플레이션 그리고 위험분산에 대한 우리국민의 이해도는 각각 58점, 52점, 57점으로 미국, 일본, 독일 등 주요 선진국에 비해 비슷하거나 낮은 수준임

2) Che, Dessein, and Kartik(2013), "Pandering to Persuade", *American Economic Review*

3) 금융역량이란 소비자의 금융에 관한 지식(Knowledge), 금융을 다루는 행태(Behavior) 그리고 금융에 대한 자세(Attitude) 등을 포괄하는 개념임

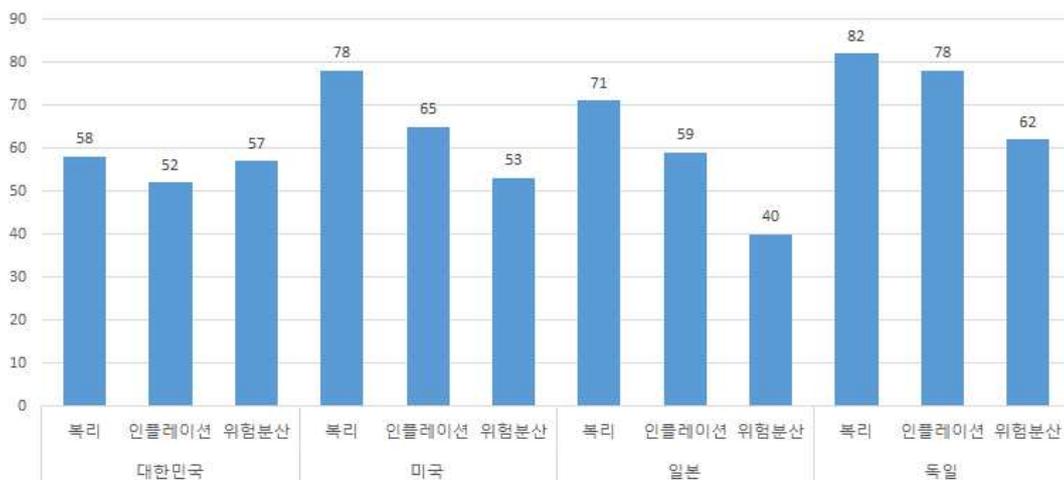
4) John Gathergood(2012), "Self-control, financial literacy and consumer over-indebtedness", *Journal of Economic Psychology*

5) Annamaria Lusardi and Peter Tufano(2015), "Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness", *Household Finance*

6) Chung and Harbaugh(2012), "Persuasive Product Recommendation", Working Paper

7) OECD(2016), "Adult Financial Literacy Competencies"

〈그림 1〉 국가별 금융이해력 수준



자료: 변혜원 외(2015), 「소비자 금융이해력 강화 방안」 재구성함

■ 소비자의 금융역량 강화는 정보의 비대칭성을 줄여 소비자 보호뿐만 아니라 소비자와 금융회사 모두의 편익을 증대시킬 수 있음⁸⁾

- 소비자의 금융상품에 대한 필요인지 및 구입은 금융상품에 대한 영업비용 감소로 이어져 금융회사의 수익을 증가시킬 수 있음⁹⁾
- 특히 소비자의 금융역량 향상은 복잡한 금융상품 구입 및 활용 증가로 이어짐¹⁰⁾
 - 인도 농부들을 대상으로 금융상품에 대한 교육 실행 이후, 수해보험 가입률이 8%에서 16%로 2배 높아짐

■ 금융소비자의 금융역량 강화를 위해 공적영역과 사적영역이 함께 노력할 필요가 있음

- 「금융소비자보호법(안)」에서는 공적영역의 금융교육을 다루고 있으나, 사적영역이 금융역량 강화에 자발적으로 참여할 유인을 가지도록 하는 방안을 함께 고민할 필요가 있음 **kiri**

8) Crawford and Sobel(1982), "Strategic Information Transmission", *Econometrica*

9) Chakraborty and Harbaugh(2010), "Persuasion by Cheap Talk", *American Economic Review*

10) Sarthak Gaurav, Shawn Cole, Jeremy Tobacman(2011), "Marketing Complex Financial Products in Emerging Markets: Evidence from Rainfall Insurance in India". *Journal of Marketing Research*