



# 금융상품 비교공시의 개선방향

송민규 (연구위원, 3705-6371)

비교공시는 유사한 금융상품들의 주요 특성을 쉽게 비교할 수 있도록 일목요연하게 자료를 재구성하여 공시하는 것임. 독립적 금융자문서비스업이 존재하지 않는 우리나라에서는 비교공시의 활용도를 제고할 필요가 있는데, 소비자의 재정상황, 지출규모 등을 감안하여 금융상품의 어떤 특성을 비교해야 하는지에 대한 가이드라인을 제공하는 서비스를 병행하는 것을 고려할 만함. 또한, 금융소비자의 전반적인 역량 강화를 위해서 독립적 금융자문업자의 도입 등 다각적인 정책적 접근이 요구됨.

- 비교공시란 유사한 금융상품들의 주요 특성을 쉽게 비교할 수 있도록 일목요연하게 공시하는 것으로 금융상품별로 공시된 자료를 재구성하여 공시하는 것임.
  - 예컨대, 금융투자협회는 펀드별 투자자산의 구성, 수익률, 보수 등의 주요 특성을 비교할 수 있도록 비교공시 웹사이트를 운영하고 있음.
  - 또한, 은행연합회 및 저축은행중앙회는 예금 및 대출의 금리조건을, 생명보험협회는 보험 종류별로 가입금액, 수익률, 수수료 등을, 여신금융협회는 신용카드, 할부금융, 신용대출 등의 조건을 웹사이트를 통해 비교공시하고 있음.
  
- 비교공시는 금융소비자가 유사한 금융상품들을 상호비교하여 선택할 수 있도록 직접적인 도움을 주기 때문에 금융자문서비스 기능의 일부가 내재되어 있는 것으로 볼 수 있음.
  - 금융소비자에게 유사한 상품들의 주요 특성을 비교하여 선택할 수 있는 기회를 제공함으로써 소비자의 권익을 증대시키는 효과가 있음.
  - 기능적으로 볼 때 소비자에게 금융상품을 비교해 주는 것은 금융자문서비스의 한 부분이지만, 비교공시는 민간 금융자문업자가 아닌 공공기관이나 공공성을 지닌 자율규제기구에서 주로 담당하고 있음.
    - \* 상대적으로 양질의 금융상품을 제공하는 금융회사는 다른 금융회사의 유사상품과 비교를 통해 자신들의 금융상품이 홍보되는 기회를 얻게 되는 효과가 있음.
    - \* 그러나 금융상품 판매자가 직접 비교공시를 할 경우 여타 상품과의 비교를 통해 자신의 상품을 부당하게 광고할 가능성이 있으므로, 어느 정도 공공성이 인정되는 기관이나 또는 판매자와 독립적 관계를 유지하는 기관이 담당하는 것이 바람직함.
  
- 특히 우리나라에서는 금융소비자를 대상으로 중립적 입장에서 금융상품들을 비교하여 조언을 제공하는 독립적 금융자문서비스업이 존재하지 않기 때문에 이를 보완하는 측면에서도 비교공시의 활용도를 제고할 필요가 있음.
  - 독립적 금융자문서비스란 금융상품 판매행위와 연계되지 않고 소비자의 선택에 도움이 될 수 있도록 금융상품들을 비교·평가해주는 서비스를 의미함.



- 현재 우리나라에는 특정 상품의 광고 또는 설명 수준의 자문서비스만 존재할 뿐이며 독립적 금융자문서비스에 대한 법률적 근거도 존재하지 않음.
  - \* 대출모집인, 투자권유대행인, 보험설계사 및 중개사, 신용카드모집인 등은 금융상품 판매를 목적으로 해당 상품에 대한 정보를 제공하기는 하지만, 이는 판매의 중개에 해당하며 여타 상품과 비교하여 선택할 수 있도록 정보를 제공하는 서비스는 하지 않고 있음.
- 영국의 “금융서비스와 시장에 관한 법률(FSMA)”에서는 시장 내 모든 금융상품들을 비교하여 자문서비스를 제공하는 독립 금융자문업자를 규정하고 있음.
  - \* 미국은 금융상품의 판매와 연계되지 않은 자문서비스를 제공하는 금융자문업자협회(NAPFA)가 존재함.

- 현재 우리나라의 비교공시를 금융상품의 위험성에 대한 내용이 부족한 점, 업권 간 유사한 금융상품들의 비교가 어려운 점 등과 관련된 부분에서 개선의 여지가 있음.
  - 집합투자상품의 경우 수익률, 각종 비용 등이 비교공시되고 있으나 수익의 변동성 등 리스크와 관련된 내용은 누락되어 있어 단순히 높은 수익률을 추구하는 상품이 부각되어 보일 가능성이 있음.
  - 또한, 해당업권의 자율규제기구가 각각 비교공시를 담당하고 있기 때문에 업권 간 유사한 성격의 상품들을 비교하기 위해서는 새로운 통합시스템이 필요할 수 있음.
    - \* 퇴직연금의 경우 은행, 증권회사, 생명보험회사, 손해보험회사가 모두 취급하고 있으나 비교공시는 협회별로 이루어지고 있음.
    - \* 변액보험의 펀드 부분의 경우도 여타 집합투자상품과 비교하기는 어려운 상황임.

- 비교공시가 금융소비자에게 효과적으로 활용되기 위해서는 소비자의 재정상황, 지출규모 등을 감안하여 금융상품의 어떤 특성을 주로 비교해야 하는지에 대한 가이드라인을 제공하는 서비스도 병행되는 것이 바람직함.
  - 비교공시의 항목들이 증가하는 것은 소비자가 얻는 금융상품에 대한 정보가 늘어난다는 장점이 있으나, 다른 한편에서 볼 때 금융 비전문가가 다수인 소비자들이 많은 비교항목 중 어떤 항목을 비교해야 하는지의 어려움을 겪을 수 있음.
  - 이를 보완하기 위해서 캐나다 CFAC(Financial Consumer Agency of Canada), 영국 CFEB(Consumer Financial Education Body) 등 금융소비자 보호와 관련된 기관들이 시행하고 있는 “대화형 금융상품 선택 도구 및 계산기” 서비스의 도입을 고려할 만함.
    - \* 예컨대, CFAC의 “주택담보대출 계산기 서비스”는 현재 소득수준, 지출규모, 부동산 가치 등을 입력하면 바람직한 주택담보대출의 규모, 조건, 기간 등을 제시해 주고 있으며, CFEB의 서비스도 이와 유사함.
    - \* 공시의 주체가 일방적으로 정보를 제시하는 비교공시와 달리, 대화형 서비스는 온라인을 통해 소비자가 자신의 정보를 제공하고 이에 적정한 상품 정보를 받는 것으로, 정보의 흐름이 양방향으로 이루어지게 되어 개별적 자문서비스에 보다 근접한 형태가 됨.

- 또한 금융소비자의 금융상품 선택에 대한 전반적인 역량을 제고하기 위해서는 비교공시의 효율성 제고뿐만 아니라 독립적 금융자문서비스의 도입 등 다각적인 정책적 접근이 요구됨.
  - 불특정 다수의 금융소비자를 대상으로 표준화 정도가 높은 금융상품의 경우 비교공시가 금융상품 선택에 필요한 정보를 전달하는 데 매우 효과적인 방법이 될 수 있음.
  - 반면 표준화 정도가 낮고, 개별적인 조언이 필요한 상품에 대해서는 비교공시가 적절하지 않을 수 있으며 독립적 금융자문서비스를 활용하는 것이 효과적일 가능성이 있음. **KIF**