

Internal Control Standard on Protection of Financial Consumers

금융소비자보호 내부통제기준

Issuer (owner entity)*	1 001 237 CPL_CIB -KOREA Securities			
Involved Process(es)*	PR00005 - Compliance	Select an item.	Select an item.	Others
Involved Risk(s)*	L1-RIT0001 Compliance / L2-RIT0023 Protection of Clients interests related risk	Select an item.	Select an item.	Others
Keywords (e.g. "enterprise keywords")	Internal Control, Protection of Interest of Client			

Level*	Level 3			
Procedure Type*	1- Policy			
Organisational entity Scope of Application (ex Application scope field)*	11 199 789 CIB			
Geographical Scope of Application *	APAC-Korea, Republic of - KR	Select an item	Multiple selection possible	BNP Paribas Securities Korea
To Adapt Locally*	Transposition			
Classification rules*	Internal			
Author(s)	Donghyun KIM			
Author role*	Compliance Officer			
Validator(s)*	Sunny LEE, Head of Compliance Haeyoung CHOI, Statutory Auditor Simon KIM, CEO (No approval from BOD Meeting needed as there is no change)			

Reference*	CPLL3-00180-EN	
Version*	COD/036/1.1	
Date of previous version	25/09/2021	<input checked="" type="checkbox"/> N/A
Validation date*	03/05/2023	
Publication date*	03/05/2023	
Effective date*	03/05/2023	
Renewal date*	03/11/2024	
Implementation deadline*	03/05/2023	

Higher level procedures	CPL0276 Policy for the Protection of Interests of Clients
Related procedures	
Regulatory text(s) / legal provision (s)	Financial Consumer Protection Act(FSC) Uniform Internal Control Standard on Protection of Financial Consumers by Financial Investment Services Companies(KOFIA)



BNP PARIBAS

The bank
for a changing
world

Classification : Internal

Control plan ref, if any	
Evidence(s)	

* mandatory field

Document Modification History

Version Number	Created by/Modified by	Comments	Modified Pages	Date
1.0	Donghyun KIM	Creation		2021.09.14
1.1	Donghyun KIM	Regular review. No change		2023.05.03

Distribution/Mailing List

Department/Function	Name
All departments	DL BNPPSO

EXECUTIVE SUMMARY

Internal Control Standard on Protection of Financial Consumers is designed to protect the rights and interests of financial consumers by defining the standards and procedures that the executives, officers and/or employees of a financial investment business shall abide by.



WHAT'S NEW?

Regular review. No change



TABLE OF CONTENTS

제 1 장 총칙	6
제 1 조(목적)	6
제 2 조(용어의 정의)	6
제 3 조(적용 범위 등)	6
제 4 조(금융소비자보호에 관한 기본 방침)	7
제 2 장 업무의 분장 및 조직구조	7
제 5 조(내부통제체계의 운영)	7
제 6 조(이사회)	7
제 7 조(대표이사)	8
제 8 조(임직원 및 조직)	8
제 3 장 금융소비자보호 내부통제기준의 운영을 위한 조직 및 인력	9
제 9 조(금융소비자보호 내부통제위원회의 설치 및 운영)	9
제 10 조(금융소비자보호 총괄기관의 설치 및 운영)	9
제 11 조(금융소비자보호 총괄기관의 권한)	9
제 12 조(금융소비자보호 총괄책임자의 지정)	10
제 13 조(금융소비자보호 총괄책임자의 직무)	11
제 14 조(금융소비자보호 업무담당자의 지정 및 직무)	12
제 15 조(금융소비자보호 총괄책임자 및 업무담당자의 독립성 보장)	12
제 16 조(금융소비자보호 총괄기관의 점검 및 조치)	13
제 4 장 임직원등이 업무를 수행할 때 준수해야 하는 절차 및 기준	13
제 17 조(임직원등의 업무수행에 관한 판매준칙)	13
제 18 조(금융상품의 개발, 판매 등에 관한 정책 수립)	13
제 19 조(금융상품 개발 관련 점검항목 수립)	14
제 20 조(금융소비자의 의견청취 등)	14
제 21 조(금융상품 판매절차 구축)	15
제 22 조(금융상품의 개발, 판매 및 사후관리에 관한 정책 수립)	16
제 23 조(광고물 제작 및 광고물 내부 심의)	16
제 24 조(금융소비자를 대상으로 하는 직무수행의 원칙 및 해석기준)	17
제 25 조(금융소비자와의 이해상충 방지)	17
제 26 조(금융소비자보호와 관련한 교육)	17
제 27 조(금융소비자 신용정보, 개인정보 관리)	18
제 28 조(대리·중개업자에 대한 업무위탁 및 수수료 지급기준)	18
제 29 조(금융상품 자문업무에 대한 보수기준)	19
제 5 장 금융소비자보호 내부통제기준 준수 여부에 대한 점검·조치 및 평가	19
제 30 조(금융소비자보호 내부통제기준 준수 여부에 대한 점검 및 평가)	19

제 31 조(임직원등의 법령, 규정 위반에 대한 조치).....	20
제 6 장 금융소비자 대상 직무수행 임직원의 교육수준 및 자격에 관한 사항	20
제 32 조(금융상품 판매 임직원에 대한 교육)	20
제 33 조(금융상품 판매 임직원에 대한 자격)	21
제 7 장 업무수행에 대한 보상체계 및 책임확보 방안	21
제 34 조(성과평가 및 보상체계의 설계 및 운영).....	22
제 35 조(성과평가 시 책임확보 방안)	22
제 36 조(성과보상체계의 평가 및 논의)	22
제 8 장 금융소비자보호 내부통제기준의 변경 절차 및 위임.....	22
제 37 조(이 기준등의 신설·변경 및 세부사항 위임).....	22
제 9 장 고령자 및 장애인의 금융거래 편의성 제고 및 재산상 피해 방지에 관한 사항	23
제 38 조(고령금융소비자의 편의성 제고 및 재산상 피해 방지).....	23
제 39 조(장애인의 편의성 제고 및 재산상 피해 방지)	24



제1장 총칙

제1조(목적) 이 기준은 비엔피파리바증권(이하 “회사”라 한다)이 「금융소비자보호에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제16조, 「금융소비자 보호에 관한 법률 시행령」(이하 “시행령”이라 한다) 제10조, 「금융소비자 보호에 관한 감독규정」(이하 “감독규정”이라 한다) 제9조 및 관련법규(이하 총칭하여 “금융소비자보호법령”이라 한다)에서 정한 바에 따라, 회사의 임직원 및 금융상품판매대리·중개업자가 직무를 수행할 때 준수하여야 할 기준 및 절차를 규정함으로써 금융소비자의 권익을 보호하는 것을 목적으로 한다.

제2조(용어의 정의) 이 기준에서 사용하고 있는 용어의 정의는 다음 각 호와 같다. 이 기준에서 달리 정의되지 않는 한 금융소비자보호법령에서 정의된 용어와 동일한 의미를 갖는다.

1. “대리·중개업자”란 금융상품에 관한 계약의 체결을 대리하거나 중개하는 것을 영업으로 하는 자로서 법 제2조제3호나목에서 정한 ‘금융상품판매대리·중개업자’를 말한다.
2. “임직원등”은 소속 임직원 및 회사가 업무를 위탁하는 대리·중개업자를 말한다.
3. “내부통제체계”란 효과적인 내부통제 활동을 수행하기 위한 조직구조, 업무분장 및 승인절차, 의사소통·점검·정보시스템 등의 종합적 체계를 말한다.
4. “내부통제기준”이란 회사가 금융소비자보호법령을 준수하고 건전한 거래질서를 해치는 일이 없도록 성실히 관리업무를 이행하기 위하여 마련한 임직원등이 직무를 수행할 때 준수하여야 할 기준 및 절차로서 법 제16조제2항에서 정한 금융소비자보호 내부통제기준을 말한다.
5. “내부통제위원회”란 금융소비자보호에 관한 내부통제를 수행하는데 필요한 의사결정기구로서 감독규정 [별표2]에서 정한 ‘금융소비자보호 내부통제위원회’를 말한다.
6. “금융소비자보호 총괄기관”이란 금융소비자보호에 관한 내부통제를 금융상품의 개발 또는 판매 업무로부터 독립하여 수행하는데 필요한 조직으로서 감독규정 [별표2]에서 정한 ‘금융소비자보호 총괄기관’을 말한다.

제3조(적용 범위 등) ① 이 기준은 회사의 모든 임직원과 금융소비자보호와 관련한 모든 업무에 적



용되며, 회사의 업무 일부를 위탁 받은 자 및 위탁업무에 대해서는 그 위탁 범위 내에 한하여 이 기준을 적용한다.

② 금융소비자보호와 관련하여 이 기준 및 이 기준의 위임에 따른 내부규정 등(이하 “이 기준등”이라 한다)에서 정하지 아니한 사항은 금융소비자보호법령에 의한다.

③ 금융상품의 개발, 판매 및 금융소비자에 대한 민원·분쟁 처리 등 금융소비자 보호에 관한 사항은 회사 내 다른 내부규정 등에서 특별히 정한 경우를 제외하고는 이 기준등에서 정하는 바에 따른다.

제4조(금융소비자보호에 관한 기본 방침) ① 회사는 금융소비자의 권익 증진, 건전한 금융거래 지원 등 금융소비자보호를 위하여 노력한다.

② 회사는 금융소비자의 불만 예방 및 신속한 사후구제를 통하여 금융소비자를 보호하기 위하여 그 임직원이 직무를 수행할 때 준수하여야 할 기본적인 절차와 기준(이하 “금융소비자보호기준”이라 한다)을 정하여야 한다.

③ 회사는 금융소비자보호가 효과적으로 이루어지도록 이에 필요한 인적, 물적 자원을 적극적으로 확보하여야 한다.

제2장 업무의 분장 및 조직구조

제5조(내부통제체계의 운영) ① 회사는 금융소비자보호 업무에 관한 임직원의 역할과 책임을 명확히 하고, 업무의 종류 및 성격, 이해상충의 정도 등을 감안하여 업무의 효율성 및 직무 간 상호 견제와 균형이 이루어질 수 있도록 업무분장 및 조직구조를 수립하여야 한다.

② 회사는 업무분장 및 조직구조에 관한 내부규정을 제·개정할 때에는 제1항의 내용을 충실히 반영하여야 한다.

③ 회사의 금융소비자보호에 관한 내부통제조직은 이사회, 대표이사, 금융소비자보호 총괄기관 등으로 구성된다.

제6조(이사회) ① 이사회는 회사의 금융소비자보호에 관한 내부통제체계의 구축 및 운영에 관한

기본방침을 정한다.

② 이사회는 내부통제에 영향을 미치는 경영전략 및 정책을 승인하고 이 기준, 내부통제체계 등 내부통제와 관련된 주요사항을 심의·의결한다.

제7조(대표이사) ① 대표이사는 이사회가 정한 내부통제체계의 구축 및 운영에 관한 기본방침에 따라 금융소비자보호와 관련한 내부통제체계를 구축·운영하여야 한다.

② 대표이사는 회사의 금융소비자보호 내부통제체계가 적절히 구축·운영되도록 내부통제환경을 조성하고, 관련법규의 변경, 영업환경 변화 등에도 금융소비자보호 내부통제체계의 유효성이 유지될 수 있도록 관리하여야 한다.

③ 대표이사는 다음 각 호의 사항에 대한 권한 및 의무가 있다. 단, 대표이사는 제1호 내지 제3호의 업무를 금융소비자보호 총괄책임자에게 위임할 수 있으며, 업무를 위임하는 경우 위임하는 업무의 범위를 구체적으로 명시하여야 한다.

1. 이 기준 위반 방지를 위한 예방대책 마련
2. 이 기준 준수 여부에 대한 점검
3. 이 기준 위반내용에 상응하는 조치방안 및 기준 마련
4. 제1항 및 제2항에 필요한 인적, 물적 자원의 지원
5. 준법감시인과 금융소비자보호 총괄책임자의 업무 분장 및 조정

④ 대표이사는 제3항에 따라 업무를 금융소비자보호 총괄책임자에게 위임하는 경우에 금융소비자보호 총괄책임자로 하여금 매년 1회 이상 위임업무의 이행사항을 대표이사에게 보고하게 하는 등 위임한 업무에 대한 주기적 관리·감독절차를 마련하여야 한다.

제8조(임직원 및 조직) ① 회사의 각 부서는 담당업무와 관련된 금융소비자보호 내부통제에 대한 1차적인 책임이 있다.

② 회사의 모든 임직원은 자신의 담당직무 수행 시 금융소비자 보호를 위한 책임자로서 자신의 역할을 이해하고 금융소비자보호법령 및 이 기준을 숙지한 후 이를 충실히 준수하여야 한다.

③ 회사는 내부통제기준을 효과적으로 준수하기 위해 금융소비자보호 총괄기관과 금융상품의 개



발·판매·사후관리 부서 간의 역할과 책임을 명확히 하고 상호 협력과 견제가 이루어질 수 있도록 조직을 구성하여야 한다.

④ 회사의 각 부서는 금융소비자보호 내부통제 관련 내부규정 등을 수립하거나 변경할 경우에 금융소비자보호 총괄기관과 협의하여야 한다.

제3장 금융소비자보호 내부통제기준의 운영을 위한 조직 및 인력

9조(금융소비자보호 내부통제위원회의 설치 및 운영) [삭제]

제10조(금융소비자보호 총괄기관의 설치 및 운영) ① 회사는 책임과 권한을 가지고 금융소비자보호에 관한 내부통제 업무를 수행하기 위하여 필요한 조직으로서 금융소비자보호 총괄기관을 설치한다.

② 금융소비자보호 총괄기관은 소비자보호와 영업부서 업무 간의 이해상충 방지 및 회사의 소비자보호 업무역량 제고를 위하여 금융상품 개발·판매 업무로부터 독립하여 업무를 수행하여야 하고, 대표이사 직속 기관으로 한다.

③ 회사는 금융소비자보호 업무를 원활하게 수행할 수 있도록 고객 수, 민원 건수, 상품개발·판매 등 관련 타부서와 사전협의 수요 등을 고려하여 금융소비자보호 총괄기관의 업무수행에 필요한 인력을 갖춰야 하며, 제11조제1항 각 호에 따른 업무를 원활히 수행할 수 있는 직원을 금융소비자보호 업무담당자로 선발·운영하여야 한다.

④ 회사는 조직·인력 등을 감안하여 제11조제1항의 업무를 준법감시부서가 수행하도록 할 수 있다. 단, 금융소비자보호 총괄기관을 준법감시부서 등과 별도로 두는 경우에는 양 부서간의 권한 및 책임을 문서화된 별도의 내부규정으로 명확히 정하여야 한다.

제11조(금융소비자보호 총괄기관의 권한) ① 금융소비자보호 총괄기관은 다음 각 호의 업무를 수행한다.

1. 금융소비자보호에 관한 경영방향 수립

2. 금융소비자보호 관련 교육의 기획·운영
3. 금융소비자보호 관련 제도 개선
4. 금융상품의 개발, 판매 및 사후관리에 관한 금융소비자보호 측면에서의 점검 및 조치
5. 민원·분쟁의 현황 및 조치결과에 대한 관리
6. 임직원의 성과보상체계에 대한 금융소비자보호 측면에서의 평가
7. 제18조제2항에 따라 담당부서가 요청하는 사항에 대한 사전협의
8. 제8조제4항에 따른 내부통제 관련 내부규정 등 수립에 관한 협의

② 금융소비자보호 총괄기관은 금융소비자보호 및 민원예방 등을 위해 다음 각 호의 사항을 포함하는 제도개선을 관련부서에 요구할 수 있다. 이 경우 제도개선 요구를 받은 부서는 제도개선 업무를 조속히 수행하여야 한다. 다만, 부득이한 사유로 제도개선 업무의 수행이 불가능할 경우 그 사유를 대표이사에게 소명해야 한다.

1. 업무개선 제도운영 및 방법의 명확화
2. 개선(안) 및 결과 내역관리
3. 제도개선 운영성과의 평가
4. 민원분석 및 소비자만족도 분석 결과 등을 토대로 현장 영업절차 실태 분석 및 개선안 도출

③ 금융소비자보호 총괄기관은 금융소비자의 권리를 존중하고 민원을 예방하기 위하여 다음 각 호의 사항을 포함한 절차를 개발 및 운영하여야 한다.

1. 금융소비자보호를 위한 민원예방
2. 금융소비자보호와 관련된 임직원 교육 및 평가, 대내외 홍보
3. 유사민원의 재발방지를 위한 교육 프로그램 및 제도개선 방안

④ 금융소비자보호 총괄기관은 금융소비자보호 제도와 관련하여 임직원등에 대한 교육 및 특정한 조치가 필요하다고 판단되는 경우 관련부서에 협조를 요청할 수 있으며, 협조 요청을 받은 관련부서는 특별한 사정이 없는 한 이에 협조하여야 한다.

제12조(금융소비자보호 총괄책임자의 지정) ① 회사는 금융소비자보호 업무를 담당하는 임원으로 하여금 금융소비자보호 총괄기관의 장을 맡도록 하고, 해당 임원을 “금융소비자보호 총괄책임자”



로 한다.

② 금융소비자보호 총괄책임자는 준법감시인이 수행할 수 있으며, 준법감시인이 아닌 경우 준법감시인에 준하는 독립적 지위를 보장받으며, 적법한 직무수행과 관련하여 부당한 인사상의 불이익을 받지 않는다.

③ 금융소비자보호 총괄책임자는 최근 5년간 금융관계법령을 위반하여 금융위원회 또는 금융감독원의 원장으로부터 문책경고 또는 감봉요구 이상에 해당하는 조치를 받은 사실이 없어야 한다. 금융소비자보호 총괄책임자의 임명 및 자격요건은 금융회사의 지배구조에 관한 법률 제 25조 3항의 준법감시인의 임면 및 동법 제 26조의 자격요건을 준용한다.

제13조(금융소비자보호 총괄책임자의 직무) ① 금융소비자보호 총괄책임자는 다음 각 호의 업무를 수행한다.

1. 제11조에 따른 금융소비자보호 총괄기관의 업무 통할
2. 상품설명서, 금융상품 계약서류 등 사전 심의(단, 준법감시인 수행 시 제외함)
3. 금융소비자보호 관련 제도 기획 및 개선, 기타 필요한 절차 및 기준의 수립
4. 금융상품 각 단계별(개발, 판매, 사후관리) 소비자보호 체계에 관한 관리·감독 및 검토 업무
5. 민원접수 및 처리에 관한 관리·감독 업무
6. 금융소비자보호 관련부서 간 업무협조 및 업무조정 등 업무 총괄
7. 대내외 금융소비자보호 관련 교육 프로그램 개발 및 운영 업무 총괄
8. 민원발생과 연계한 관련부서·직원 평가 기준의 수립 및 평가 총괄
9. 이 기준 준수여부에 대한 점검·조치·평가 업무 총괄
10. 제7조제3항에 따라 대표이사로부터 위임 받은 업무
11. 금융소비자보호 관련하여 이사회, 대표이사로부터 이행을 지시·요청 받은 업무
12. 기타 금융소비자의 권익증진을 위해 필요하다고 판단되는 업무

② 금융소비자보호 총괄책임자는 금융소비자의 권익이 침해되거나 침해될 현저한 우려가 발생한 경우 지체 없이 대표이사에게 보고하여야 하며, 대표이사는 보고받은 사항을 확인하여 신속히 필요한 제반사항을 수행·지원하여야 한다.

제14조(금융소비자보호 업무담당자의 지정 및 직무) ① 회사는 회사별 특성을 고려하여 민원예방 및 처리, 제도개선, 민원평가, 전산시스템 운영, 금융소비자보호 교육, 홍보, 민원 감사업무 등을 원활히 수행할 수 있는 적정규모 이상의 금융소비자보호 업무담당자를 선발, 운영하여야 한다.

② 업무수행의 전문성 및 신뢰도 제고를 위하여 금융소비자보호 업무담당자는 입사 3년 이상 경력자로서 상품개발·지원, 영업·서비스기획, 법무, 시스템, 통계, 감사 등 분야의 2년 이상 근무한 자로 한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당되는 경우에는 예외로 할 수 있다.

1. 제2항 본문에 해당하는 자와 동일한 수준의 전문성과 업무경력을 갖추었다고 금융소비자보호 총괄책임자가 승인하는 경우

2. 설립 후 10년이 지나지 않은 회사로서 금융소비자보호 총괄책임자가 별도로 정한 내부규정에 따르는 경우

③ 금융소비자보호 업무담당자는 특별한 경우를 제외하고 3년 이상 금융소비자보호 업무를 수행하도록 하여야 한다. 다만, 회사의 조직과 인력 등을 감안하여 감축조정이 필요하거나 승진전보 및 금융소비자보호 총괄책임자의 승인 시에는 예외로 할 수 있다.

④ 회사는 금융소비자보호 업무담당자에 대한 근무평가 시, 징계 등 특별한 경우를 제외하고는 금융소비자보호 관련 실적이 우수한 업무담당자에게 인사상 가점을 부여하여야 한다.

⑤ 회사는 금융소비자보호 업무담당자에 대하여 대내외 소비자보호 관련 교육 참여 기회를 제공하고 금융소비자보호 전문역량 개발을 위한 자격증 취득 기회를 적극 제공하는 등 직무향상을 위한 제도적 장치를 마련·실시 한다.

제15조(금융소비자보호 총괄책임자 및 업무담당자의 독립성 보장) ① 회사는 금융소비자보호 총괄책임자 및 금융소비자보호 업무담당자에 대하여 회사의 재무적 경영성과에 연동하지 아니하는 별도의 공정한 업무평가기준 및 급여지급기준을 마련하여 운영하여야 하며, 근무 평가 시 징계 등 특별한 경우를 제외하고는 타 업무 담당자 등 타 직군 등에 비해 직군 차별, 승진 누락 등 인사평가의 불이익이 발생하지 않도록 하여야 한다.

② 회사는 민원발생건수 및 금융소비자보호 실태평가 결과 등을 금융소비자보호 총괄책임자 및

금융소비자보호 업무담당자의 급여 등 보상에 연계하지 아니하여야 하고, 민원발생 및 민원처리과정의 부적정 등의 원인을 직접 제공한 부서 및 담당자의 급여 등 보상에 반영하여야 한다.

③ 금융소비자보호 총괄책임자 및 금융소비자보호 업무담당자의 업무평가 기준 및 독립성 보장에 관한 세부사항은 회사가 별도로 정할 수 있다.

제16조(금융소비자보호 총괄기관의 점검 및 조치) ① 금융소비자보호 총괄기관은 금융상품의 개발, 판매 및 사후관리 과정에서 판매되는 금융상품에 영향을 미치는 중요 사항을 점검하고 분석하여야 한다.

② 금융소비자보호 총괄기관은 제1항의 점검 과정에서 고객의 피해 발생이 우려되거나 피해가 발생한 경우 등 중대한 사안이 발생하는 경우 대표이사에게 보고하고 논의하는 등 필요한 조치를 취하여야 한다.

제4장 임직원등이 업무를 수행할 때 준수해야 하는 절차 및 기준

제17조(임직원등의 업무수행에 관한 판매준칙) ① 회사는 임직원등이 금융상품에 관한 계약의 체결 또는 계약 체결의 권유 등 금융소비자를 대상으로 직무를 수행할 때 회사별 특성, 취급상품의 종류, 판매채널의 현황 등을 고려하여 필요한 범위 내에서 다음 각 호의 구분에 따라 금융소비자를 보호하기 위한 절차와 기준을 마련할 수 있다.

1. 금융상품 : 투자성 상품, 대출성 상품 등
2. 판매채널 : 금융상품직접판매업자, 금융상품판매대리·중개업자, 금융상품자문업자

② 금융상품에 관한 계약의 체결 또는 계약 체결의 권유 등을 담당하는 부서는 담당업무와 관련하여 제1항에 따른 절차 또는 기준을 제정 또는 변경을 추진하는 경우 금융소비자보호 총괄기관과 사전에 협의하여야 한다.

제18조(금융상품의 개발, 판매 등에 관한 정책 수립) ① 금융소비자보호 총괄기관은 금융상품 개발, 마케팅 및 판매절차 등에 관한 정책 수립 시 금융소비자보호 측면에서 이 기준 및 금융소비자보호

법령에 부합하는지 여부를 점검하여야 하며, 점검결과 확인된 문제점을 시정할 수 있도록 부서 간 사전협의절차와 정보공유체계를 구축, 운영하여야 한다.

② 금융상품 개발, 마케팅 등에 관한 정책 수립 시 담당 부서는 다음 각 호와 관련된 사항을 포함하여 금융소비자보호 총괄기관과 사전에 협의하여야 한다.

1. 금융상품 개발·변경·판매중단
2. 상품설명서 및 상품판매 관련 약관의 제·개정
3. 판매절차의 개발·변경
4. 고객 관련 판매촉진(이벤트, 프로모션 등), 영업점 성과평가 기준 등 주요 마케팅 정책 수립 및 변경 등
5. 기타 소비자 보호를 위하여 금융소비자보호 총괄기관이 정하는 사항

③ 금융소비자보호 총괄기관은 제2항에 따른 사전 협의 시 다음 각 호의 사항을 고려하여야 한다.

1. 금융상품의 위험도·복잡성
2. 금융소비자의 특성
3. 금융상품 발행인의 재무적 건전성, 금융상품 운용 및 리스크 관리능력

④ 금융소비자보호 총괄기관은 금융상품 개발, 마케팅 및 판매절차 관련 정책, 약관 등에 금융소비자보호상의 문제가 있다고 판단되는 경우 관련부서에 금융상품 출시 및 마케팅 중단, 개선방안 제출 등을 요구할 수 있다.

제19조(금융상품 개발 관련 점검항목수립) ① 금융소비자보호 총괄기관은 신규 금융상품을 개발하는 경우 금융소비자에게 불리한 점은 없는지 등을 진단하기 위한 점검항목을 마련하여야 하며, 상품개발부서에 이를 제공하여야 한다.

② 상품개발부서는 새로운 상품을 출시하거나 상품의 중요내용을 변경하는 경우, 제1항의 점검항목에 따라 해당상품이 적정한지 여부를 점검하여야 한다.

제20조(금융소비자의 의견청취 등) ① 회사는 금융상품 개발초기 단계에서부터 금융소비자의 불만 예방 및 피해의 신속한 구제를 위해 이전에 발생된 민원, 소비자만족도 등 금융소비자 의견이 적극

반영될 수 있도록 업무절차를 마련해 운영하여야 한다.

② 회사는 금융소비자보호를 강화하기 위해 금융상품의 기획·개발단계에서 외부전문가의 의견이나 금융소비자들의 요구를 회사경영에 반영할 수 있는 고객참여제도 등의 채널을 마련해 활용하며, 소비자 제안에 대한 활용실적 분석 등을 주기적으로 실시하여야 한다.

③ 회사는 금융소비자보호를 실천하고 금융소비자 불만 및 불편사항 해결을 위하여 금융상품 판매 및 마케팅 이후 소비자 만족도 및 민원사항을 분석하고 금융소비자의 의견이나 요청을 듣는 등 점검 과정을 실시하며, 점검 결과는 금융상품 개발, 업무개선 및 민원감축 등에 활용하여야 한다.

④ 회사는 제3항에 따른 점검 결과, 제도 개선이 필요한 사안은 즉시 관련부서에 통보하여 적시에 반영될 수 있도록 하여야 한다.

제21조(금융상품 판매절차 구축) 회사는 금융상품 판매과정에서 이 기준 및 금융소비자보호법령을 준수하고 불완전판매가 발생하지 않도록 금융상품 판매 및 마케팅 담당 부서를 대상으로 금융소비자보호 관점에서 다음 각 호의 판매절차를 구축하고, 이를 매뉴얼화하여야 한다.

1. 금융상품 판매 전 절차

가. 금융상품 판매자에 대해 금융상품별 교육체계를 갖추고, 금융상품별 판매자격기준을 마련하여 운영하여야 한다.

나. 문자메시지, 전자우편 등을 활용한 판매과정별 관리절차(반드시 지켜야 할 사항에 대한 점검항목 제공 및 이행여부를 포함한다) 등을 구축·운영하여야 한다.

다. 금융소비자가 금융상품 선택과정에서 반드시 알아야 할 사항 및 금융상품의 주요 위험요인 등에 대한 금융소비자의 확인절차를 마련하여야 한다.

2. 금융상품 판매 후 절차

가. 금융소비자의 구매내용 및 금융거래에 대한 이해의 정확성 등 불완전판매 여부를 확인하여야 한다.

나. 불완전판매 및 불완전판매 개연성이 높은 상품에 대해서는 해당 금융상품의 유형을 고려하여 재설명 및 청약철회, 위법계약해지 등의 금융소비자보호 절차를 마련하여야 한다.

다. 문자메시지, 전자우편 등을 활용한 투자성 상품 매매내역 통지, 신탁 또는 일임의 운용내역 통



지 등 소비자에 대한 통지 체계를 마련하여 운영하여야 한다.

제22조(금융상품의 개발, 판매 및 사후관리에 관한 정책 수립) ① 회사는 금융상품 개발, 판매 및 사후관리에 관한 정책 수립 시 그 동안 발생된 민원 또는 금융소비자의 의견 등이 적극 반영될 수 있도록 제21조에 따른 판매절차를 포함한 업무 절차를 구축·운영하여야 한다. 금융소비자보호 총괄기관은 구축된 업무절차가 원활히 운영될 수 있도록 적정성을 점검하여야 한다.

② 회사는 신의성실의 원칙에 따라 금융상품 판매 이후에도 상품내용 변경(거래조건, 권리행사, 상품 만기, 원금손실조건 충족, 위험성 등) 또는 금융소비자의 대규모 분쟁발생 우려 시 관련사항을 신속하게 안내하여야 한다.

③ 회사는 금융소비자가 법령 및 계약상 권리를 청구하는 경우 신속하고 공정하게 처리될 수 있도록 관련 절차와 기준을 마련하고, 휴면 및 장기 미청구 금융재산 발생예방을 위해 다음 각 호와 같은 관리방안을 마련하여야 한다.

1. 회사는 금융소비자에게 최선의 이익이 될 수 있도록 휴면 및 장기 미청구 금융재산 발생예방 및 감축 등을 위해 필요한 절차와 기준을 마련하여야 한다.
2. 상품의 신규가입·유지 단계에서 금융상품 만기 시 처리방법(재예치·입금계좌 설정 등) 및 만기통보방법 지정 등에 대해 금융소비자에게 안내하는 한편, 금융소비자가 자신에게 유리한 방법을 선택할 수 있도록 하여야 한다.

④ 금융소비자보호 총괄기관은 상품 및 서비스와 관련한 금융소비자의 불만이 빈발하는 경우 금융소비자의 불만내용과 피해에 대한 면밀한 분석을 통하여 금융소비자불만의 주요원인을 파악하고 이를 관련부서와 협의하여 개선되도록 하여야 한다.

제23조(광고물 제작 및 광고물 내부 심의) ① 회사가 금융상품 및 업무(이하 “금융상품등”이라 한다)에 관한 광고를 하는 경우에 법 제22조 등 관련법령에서 정한 바에 따라 금융소비자가 금융상품의 내용을 오해하지 아니하도록 명확하고 공정하게 전달하여야 한다.

② 금융상품등에 관한 광고에는 계약을 체결하기 전에 금융상품 설명서 및 약관을 읽어볼 것을 권유하는 내용, 금융상품판매업자의 명칭, 금융상품의 내용, 금융상품 유형별 구분에 따른 내용, 그

밖에 금융소비자보호를 위하여 법령이 정하는 내용이 포함되어야 한다.

③ 회사는 광고를 하고자 하는 경우 준법감시인의 사전심의 등 관련법령에서 정한 절차를 거쳐야 하고, 광고 관련 내부통제체계가 적정하게 운영되는지 여부에 대해 주기적으로 점검한 후 필요한 조치를 취하여야 한다.

④ 회사는 금융상품 광고의 제작 및 내용에 관하여 지켜야 할 절차와 기준을 마련하여 운영하여야 한다.

제24조(금융소비자를 대상으로 하는 직무수행의 원칙 및 해석기준) ① 회사는 금융상품 판매 시 이 기준 및 금융소비자보호법령에 따라 적합성 원칙, 적정성 원칙, 설명의무 등을 준수하여야 하며, 이 기준 및 금융소비자보호법령을 위반하여 불완전판매가 발생하지 아니하도록 최선의 노력을 다하여야 한다.

② 회사는 금융상품의 판매과정에서 회사 또는 임직원등의 귀책사유로 금융소비자에게 피해가 발생하는 경우에는 신속한 피해구제를 위하여 최선의 노력을 다하여야 한다.

제25조(금융소비자와의 이해상충 방지) ① 회사는 임직원등이 금융소비자의 권익을 침해하지 않고 모든 금융소비자의 이익을 동등하게 다루도록 최선을 다하여야 하며, 금융소비자와의 이해상충이 발생하지 않도록 이해상충 방지 체계를 구축하여야 한다.

② 임직원등은 금융소비자와 이해 상충이 발생하거나 이해상충이 우려되는 경우 금융소비자보호 등에 문제가 발생하지 아니하도록 필요한 조치를 취하여야 한다.

제26조(금융소비자보호와 관련한 교육) ① 회사는 임직원등의 이 기준 및 금융소비자보호법령 위반을 예방하고, 임직원등이 이 기준을 준수할 수 있도록 금융소비자를 대상으로 직무를 수행하기 위해 필요한 매뉴얼을 작성·배포 또는 임직원등에 대한 연수 실시 등 필요한 교육프로그램(윤리역량 강화교육을 포함한다)을 제공하여야 한다.

② 회사는 금융상품 판매 업무에 종사하는 모든 임직원등에게 금융소비자보호 관련 교육을 연 1회 이상 정기적으로 실시하고, 주요법령 및 제도 변경, 불완전판매 빈발사례 등은 필요 시 실시하며 그

결과를 대표이사에게 보고하여야 한다.

제27조(금융소비자 신용정보, 개인정보 관리) ① 회사는 금융소비자의 개인(신용)정보의 관리·보호 정책을 수립하고 실행할 수 있는 내부규정을 마련하는 등 신용정보 및 개인정보의 관리 및 보호에 필요한 체계를 구축·운영하여야 한다.

② 회사는 금융상품 판매와 관련하여 금융소비자의 개인(신용)정보의 수집 및 활용이 필요할 경우 명확한 동의절차를 밟아서 그 목적에 부합하는 최소한의 정보만 수집·활용하여야 하고, 당해 정보를 선량한 관리자의 주의로써 관리하며, 당해 목적 이외에는 사용하지 아니하여야 한다.

③ 회사는 수집된 개인정보를 관리하는 개인정보 관리책임자를 선임하여야 한다.

제28조(대리·중개업자에 대한 업무위탁 및 수수료 지급기준) ① 회사는 금융상품에 관한 계약의 체결을 대리·중개하는 업무를 대리·중개업자에게 위탁하는 계약(이하 이 조에서 “위탁계약”이라 한다.)을 체결하는 경우, 개별 금융상품별로 금융관련 법령에서 정한 사항을 준수하여야 한다.

② 회사가 대리·중개업자와 위탁계약을 체결하는 경우 다음 각 호의 내용을 포함하여야 한다.

1. 모집대상 상품의 종류 및 업무위탁의 범위
2. 계약기간 및 갱신, 계약 해지사유
3. 사고방지대책 및 교육에 관한 사항
4. 수수료 및 지급방법에 관한 사항
5. 회사의 구상권 행사에 관한 사항
6. 대리·중개업자의 금지행위
7. 재판관할 등 기타 필요사항

③ 회사는 대리·중개업자에 대한 체계적 관리 및 금융소비자보호 또는 건전한 거래질서를 위하여 다음 각 호의 내용을 포함하는 관리기준을 마련하고, 금융소비자와의 이해상충 및 금융소비자 개인(신용)정보의 분실·도난·유출·변조·훼손이 발생하지 않도록 대리·중개업자의 위탁계약 이행상황을 관리·감독하여야 한다.

1. 대리·중개업자와의 위탁계약 체결 및 계약해지 절차

2. 대리·중개업자 영업행위 점검절차 및 보고체계
 3. 금융소비자 개인정보보호(정보접근 제한, 정보유출 방지대책) 대책 및 관련법규의 준수에 관한 사항
 4. 위탁계약서 주요 기재사항(업무 범위, 위탁자의 감사 권한, 업무 위·수탁에 대한 수수료 등, 고객 정보의 보호, 감독기관 검사수용의무 등)
 5. 대리·중개업자 실적 등에 대한 기록관리
 6. 수수료 산정 및 지급기준
 7. 교육프로그램, 교육주기, 교육방법 등에 관한 사항
 8. 회사 감사인의 자료접근권 보장
- ④ 회사는 대리·중개업자가 관련법령을 위반하는 경우, 해당 대리·중개업자에 대한 수수료 감액, 벌점 부과, 계약해지 등 불이익에 관한 사항을 정하여 업무위탁 계약서에 반영하여야 한다.

29조(금융상품 자문업무에 대한 보수기준) [삭제]

제5장 금융소비자보호 내부통제기준 준수 여부에 대한 점검·조치 및 평가

제30조(금융소비자보호 내부통제기준 준수 여부에 대한 점검 및 평가) ① 금융소비자보호 총괄기관은 임직원등의 금융상품 판매 관련 업무가 이 기준 및 금융소비자보호법령을 충실히 준수하고 있는지 여부를 업무의 중요도 및 위험도 등을 감안하여 주기적으로 점검하여야 한다.

② 금융소비자보호 총괄기관은 각 조직단위의 장으로 하여금 금융소비자보호 총괄기관이 정한 방법에 따라 담당조직 및 담당업무에 대한 이 기준 및 금융소비자보호법령 위반여부를 점검하게 할 수 있다.

③ 제2항에 따라 점검을 실시한 경우 각 조직단위 장은 점검결과를 금융소비자보호 총괄책임자에게 보고하여야 한다.

④ 금융소비자보호 총괄기관은 이 기준 및 금융소비자보호법령의 준수 여부를 점검하는 과정에서 위법·위규행위를 발견하였거나 중대한 금융소비자 피해 우려가 있는 경우 등에는 임직원등 및 관



런 부서장에게 자료제출 요구, 임직원등에 대한 출석요청, 현장조사(필요시 준법지원·감사 부서 등에 의뢰 가능) 등의 조치를 취할 수 있으며, 조치를 받은 자 또는 해당 부서는 이에 성실히 응하여야 한다.

⑤ 금융소비자보호 총괄기관은 제1항 내지 제3항에 따른 점검의 방법, 제4항의 위법·위규행위 사실 확인 시 조치사항 등이 포함된 세부절차를 마련하여 시행하여야 한다.

⑥ 금융소비자보호 총괄책임자는 이 조에 따른 점검사항을 평가하고 그 결과를 대표이사에게 보고하여야 한다.

제31조(임직원등의 법령, 규정 위반에 대한 조치) ① 금융소비자보호 총괄기관은 금융소비자보호 업무와 관련하여, 해당 임직원등이 이 기준 및 금융소비자보호법령을 위반하였다고 판단하는 경우, 위반행위의 정도, 위반횟수, 위반행위의 동기와 그 결과 등을 감안하여 관련부서(준법지원·감사 부서 등)에 해당 사실을 통보하여야 하며, 이를 통보받은 부서의 장은 조사 등을 통해 사실관계를 확인하고 그에 따라 필요한 조치를 취하여야 한다.

② 금융소비자보호 총괄기관은 금융소비자보호와 관련된 위법·위규행위를 발견한 경우에 이를 대표이사에게 보고하여야 하며, 이 경우 대표이사는 적절한 조치를 취하여야 한다.

③ 금융소비자보호 총괄기관은 제2항의 위법·위규행위가 중대하다고 판단될 경우에 이를 상근감사에게 보고할 수 있다.

제6장 금융소비자 대상 직무수행 임직원의 교육수준 및 자격에 관한 사항

제32조(금융상품 판매 임직원에 대한 교육) ① 회사는 개별 금융상품에 대해 권유, 계약 체결 등 금융소비자를 대상으로 금융상품 판매 관련 업무를 수행하는 임직원등(이하 이 장 및 제7장에서 “판매임직원등”이라 한다)에 대하여 이 기준 및 금융소비자보호법령 등 준수와 관련한 교육을 정기적으로 실시하여야 한다.

② 회사는 금융소비자보호법령에 따라 관련교육을 받은 판매임직원등이 계약체결을 권유할 수 있도록 하여야 하며, 이를 위해 판매임직원등이 상품의 위험도, 복잡성 등 금융상품의 내용 및 특성

을 충분히 습득하고 윤리역량을 강화할 수 있도록 협회 금융투자교육원 등 외부교육기관을 이용하거나 자체 교육과정을 마련하여 판매임직원등에 대한 교육을 정기적으로 실시하여야 한다.

③ 금융소비자보호 총괄기관은 제1항의 교육 관련 기획·운영을 총괄하고, 해당 금융상품의 판매를 담당하는 부서가 개별 금융상품에 대한 교육을 실시할 수 있도록 지원하여야 한다.

④ 금융소비자보호 총괄기관은 과거 민원이력, 금융감독원 검사 및 현장점검 사례 등을 감안하여 판매임직원등 중에서 불완전판매 유발 임직원등을 지정·관리할 수 있으며, 동 임직원등에 대해서는 불완전판매 예방 교육을 별도로 직접 실시하거나 관련부서에 실시를 요청하여야 한다.

⑤ 회사는 판매임직원등에 대하여 대내외 소비자 보호 관련 교육 참여 기회를 제공한다.

제33조(금융상품 판매 임직원에 대한 자격) ① 판매임직원등은 관련법규가 정하는 자격요건을 갖추어야 하며, 법규에서 정하는 자격요건이 없는 경우에는 회사가 정한 기준에 따른 교육을 이수하여야 한다.

② 다음 각 호의 어느 하나에 해당할 경우에는 금융상품을 판매할 수 없다.

1. 제1항에 따른 자격요건을 갖추지 못하였거나 관련교육을 이수하지 않은 판매임직원등일 경우
2. 취급하는 금융상품에 대하여 회사가 정한 기준에 따른 평가결과 전문성과 숙련도가 낮은 판매임직원등일 경우
3. 기타 불완전판매 관련 민원이 회사가 정한 기준을 이상으로 발생하여 회사가 개별적으로 판매를 제한하는 판매임직원등일 경우

③ 회사는 판매임직원등이 제2항 각호에 따른 요건에 해당하는지 주기적으로 확인하고, 적절한 보수교육 및 재취득 절차를 마련하여야 한다.

④ 회사는 판매임직원등에게 금융소비자보호 전문역량 개발을 위한 자격증 취득 기회를 제공하는 등 판매임직원등이 금융상품 판매업무를 적법하게 수행할 수 있도록 적극 지원하여야 한다.

제7장 업무수행에 대한 보상체계 및 책임확보 방안



제34조(성과평가 및 보상체계의 설계 및 운영) ① 회사는 판매임직원등과 금융소비자 간에 이해상충이 발생하지 않도록 소비자만족도 및 내부통제 항목을 반영하여 성과평가 및 보상체계(이하 “평가보상체계”라 한다)를 설계·운영하여야 한다.

② 회사는 금융상품 판매와 관련하여 성과평가 시 불완전판매건수, 고객수익률, 소비자만족도 조사 결과, 계약관련 서류의 충실성, 판매절차 점검결과(부당권유, 적합성·적정성 원칙 위반, 설명의무 위반에 관한 점검결과를 포함하며 이에 한정하지 않는다) 등을 반영할 수 있다.

제35조(성과평가 시 책임확보 방안) 금융소비자들이 판매임직원등에게 귀책사유가 있는 불건전영업행위, 불완전판매 등으로 금융거래를 철회·해지하는 경우 회사는 성과평가에 따라 판매임직원등에게 이미 제공된 금전적 보상을 환수할 수 있으며, 이를 위해 보상의 일정부분은 소비자에게 상품 및 서비스가 제공되는 기간에 걸쳐 분할 또는 연기하여 제공할 수 있다.

제36조(성과보상체계의 평가 및 논의) ① 금융소비자보호 총괄기관은 민원의 발생 또는 예방을 포함하여 각 부서 및 임직원이 업무를 수행함에 있어 소비자보호에 충실하였는지를 조직 및 개인성과 평가에 반영할 수 있도록 소비자보호 충실 여부를 대표이사에게 보고한다.

② 금융소비자보호 총괄기관은 성과보상체계 설정 부서, 성과평가 부서, 상품 개발·영업 관련 부서, 준법감시부서 등과 불완전판매 등 관련 정보를 수집·공유하고 정기적으로 협의하며, 금융소비자보호 관점에서 판매임직원등에 적용되는 평가 및 보상구조가 적절히 설계되어 있지 않다고 판단할 시 평가·보상체계의 개선을 건의할 수 있다.

제8장 금융소비자보호 내부통제기준의 변경 절차 및 위임

제37조(이 기준등의 신설·변경 및 세부사항 위임) ① 회사는 관련법령 제·개정, 감독당국의 유권해석, 금융소비자보호 총괄기관 등의 개선 요구, 대규모 소비자 피해발생 등이 있는 경우 이를 반영하기 위하여 이 기준등의 제정·변경을 할 수 있다.

- ② 회사는 이 기준등의 내용을 신설하거나 변경하는 경우에 이사회 승인을 받아야 한다. 다만, 법령 또는 관련규정의 제·개정에 연동되어 변경해야 하는 사항, 이사회가 의결한 사항에 대한 후속조치, 그 밖에 이에 준하는 경미한 사항을 변경하는 경우에는 대표이사의 승인으로 갈음할 수 있다.
- ③ 이 기준등의 제·개정을 추진하는 부서는 금융소비자보호 총괄기관과 사전 협의를 진행하여야 하고, 금융소비자보호 총괄기관은 이 기준의 제·개정 필요성을 소비자보호 측면에서 검토하고 대표이사에게 검토결과를 보고하여야 한다.
- ④ 회사는 이 기준등을 신설하거나 변경하는 경우에는 제·개정 사실 및 그 이유, 소비자에게 미치는 영향, 적용시점, 적용대상 등의 주요사항을 구분하여 인터넷 홈페이지에 게시해야 한다.
- ⑤ 회사는 이 기준등의 제·개정 사실을 임직원등이 확인할 수 있는 방법으로 안내하고, 필요시 교육을 실시한다.
- ⑥ 이 기준등의 시행 및 금융소비자보호에 관한 내부통제 운영에 필요한 세부사항은 별도의 내부규정으로 정할 수 있다.

제9장 고령자 및 장애인의 금융거래 편의성 제고 및 재산상 피해 방지에 관한 사항

- 제38조(고령금융소비자의 편의성 제고 및 재산상 피해 방지)** ① 회사는 고령금융소비자가 금융상품을 정확히 이해하고 적절한 금융거래를 할 수 있도록 하여야 한다.
- ② 고령금융소비자는 65세 이상 금융소비자를 원칙으로 하나, 회사는 해당 금융상품별 특성 및 소비자의 금융상품 이해정도, 금융거래 경험, 재산 및 소득상황 등을 감안하여 자체적으로 고령금융소비자 분류기준을 마련할 수 있다.
- ③ 회사는 금융상품의 개발, 판매, 사후관리 등 모든 금융거래 과정에서 투자권유준칙에 따라 고령금융소비자를 보호하고 관련 내부통제를 강화하기 위해 노력하여야 한다.
- ④ 회사는 고령자가 금융상품을 정확히 이해하고 적절한 금융거래를 할 수 있도록 고령자가 지니는 위험요인을 점검하고, 강화된 판매절차를 적용함으로써 재산상 피해를 방지하여야 한다.
- ⑤ 회사는 고령금융소비자의 금융접근성을 제고하고 재산상 피해를 방지하기 위한 세부사항을 별도의 내부규정으로 정할 수 있다.



- 제39조(장애인의 편의성 제고 및 재산상 피해 방지)** ① 회사는 장애인의 금융거래 편의성 제고를 위하여 장애유형에 부합하도록 서비스를 제공하여야 한다.
- ② 회사는 일선창구에서 준수할 장애 유형별 세부 고객응대 지침을 마련하고 관련 상담·거래·민원 접수 및 안내 등을 위한 체계를 구축하여야 한다.
- ③ 회사가 비대면으로 금융상품을 판매하는 경우, 장애인이 원활하게 이용할 수 있도록 전자금융 이용편의성을 제고하여야 한다.
- ④ 회사는 장애인이 금융상품을 정확히 이해하고 적절한 금융거래를 할 수 있도록 장애인이 지니는 위험요인을 점검하고, 강화된 판매절차를 적용함으로써 재산상 피해를 방지하여야 한다.
- ⑤ 회사는 장애인의 금융접근성을 제고하고 재산상 피해를 방지하기 위한 세부사항을 별도의 내부규정으로 정할 수 있다.



TABLE OF CONTENTS

Chapter 1 General	27
Article1 (Objective)	27
Article2 (Definition of Terms)	27
Article3 (Applicability)	27
Article4 (Fundamental Principles for Protection of Financial Consumers)	27
Chapter 2 Roles and Responsibilities and Organization Structure	28
Article5 (Operations of Internal Control Framework)	28
Article6 (Board of Directors)	28
Article7 (CEO)	28
Article8 (Executives, Officers and/or Employees and Organization)	28
Chapter 3 Organization and People for Operations of Internal Control Standards	29
Article9 (Organization and Operation of Internal Control Committee for Financial Consumer Protection) [Revoked]	29
Article10 (Organization and Operation Financial Consumer Protection Office)	29
Article11 (Authorities of Financial Consumer Protection Office)	29
Article12 (Designation of Chief Consumer Officer)	30
Article13 (Duties of Chief Consumer Officer)	30
Article14 (Designation and Duties of Financial Consumer Protection Associates)	30
Article15 (Independences of Chief Consumer Officer and Financial Consumer Protection Associates)	31
Article16 (Examinations and Measures by Financial Consumer Protection Office)	31
Chapter 4 Procedures and Standards to Conform to by Employees and Equivalents Engaging in Business Activities	31
Article17 (Distribution Principles Applicable to Employees and Equivalents Performing Business Activities)	31
Article18 (Establishment of Policies of Financial Product Development Distribution)	32
Article19 (Establishment of Checklist Regarding Financial Product Development)	32
Article20 (Listening to Opinions of Financial Consumers)	32
Article21 (Establishment of Financial Product Distribution Process)	33
Article22 (Establishment of Policies on Financial Product Development, Distribution and <i>Ex Post</i> Management)	33
Article23 (Production and Internal Deliberation of Advertisement Materials)	34
Article24 (Principles to Perform Business Activities for Financial Consumers and Standards of Interpretation)	34
Article25 (Prevention of Conflicts of Interest with Financial Consumers)	34
Article26 (Education/Training for Protection of Financial Consumers)	34
Article27 (Management of Credit and Personal Data of Financial Consumers)	34
Article28 (Scope of Business Delegation to Agent/Broker and Fee Schedule)	35
Article29 (Fee Standards for Financial Product Advisory Service) [Revoked]	35
Chapter 5 Examinations/Responsive Measures and Assessment of Compliance with Internal Control Standards for Protection of Financial Consumers	35
Article30 (Examination and Assessment of Internal Control Standard Compliance Status)	35
Article31 (Responsive Measures to Legal/Regulatory Violations by Employees and Equivalents)	36



Chapter 6 Education and Qualification Requirements for Executives, Officers and/or Employees Engaging in Business Activities for Protection of Financial	36
Article32 (Education Requirements for Executives, Officers and/or Employees Engaging in Distribution of Financial Products)	36
Article33 (Qualification Requirements for Executives, Officers and/or Employees Engaging in Distribution of Financial Products)	36
Chapter 7 Evaluation and Rewards Framework and Assuring Responsibilities for Business Activities Performed	37
Article34 (Design and Operations of Remuneration Framework)	37
Article35 (Plan to Assure Responsibilities at Performance Evaluation)	37
Article36 (Assessment and Discussion of Remuneration Framework)	37
Chapter 8 Procedure to Revise Internal Control Standards on Financial Consumer Protection and Delegation	37
Article37 (Development /Revision of the Standard and Equivalent and Delegation of Detailed Terms)	37
Chapter 9 Enhancing Financial Transactions Convenience and Preventing Damages to Wealth for Senior Consumers and Consumers with Disabilities	38
Article38 (Enhancing Convenience and Preventing Damages to Wealth for Senior Consumers)	38
Article39 (Enhancing Convenience and Preventing Damages to Wealth for Consumers with Disabilities)	38



Chapter 1 General

Article 1 (Objective)

This Standard is designed to protect the rights and interests of financial consumers by defining the standards and procedures that the executives, officers and/or employees of BNP Paribas Securities Korea Co., Ltd. ("the Firm") and a financial product distribution agent/broker shall conform to in accordance with Article 16 of the Financial Consumer Protection Act (hereinafter called "the Act"), Article 10 of the Enforcement Decree of the Act (hereinafter called "the Enforcement Decree"), Article 9 of the Regulation on the Supervision of Financial Consumer Protection (hereinafter called "the Supervisory Regulation") and relevant laws and regulations (hereinafter collectively called "the Financial Consumer Protection Legislations").

Article 2 (Definition of Terms)

The terms used herein are defined as follows. Unless prescribed otherwise herein, the terms have the same meaning as those defined in the Financial Consumer Protection Legislations.

1. An Agent/Broker means a financial product distribution agent/broker as defined in Item B, Sub-paragraph 3, Article 2 of the Financial Consumer Protection Act and refers to any party engaging in the business of providing agent/brokerage services for the execution of financial product contracts;
2. An Employee and Equivalent refer to the executive, officer and/or employee working for the Firm and the agent/broker used as the service provider to perform businesses delegated by the Firm;
3. Internal Control Framework means comprehensive framework designed to ensure that internal control activities are performed effectively and is comprised of such components as organization structure, job descriptions and approval procedures and communications/examinations/information systems;
4. Internal Control Standards mean the internal control standards as defined in Paragraph ②, Article 16 of the Financial Consumer Protection Act and refer to the standards and procedures which are established by the Firm and shall be conformed to by Employee and Equivalent in performing his/her duties to carry out management activities with due care and attention in order to ensure that legislations regarding financial consumer protection are conformed to and that sound transaction orders are not comprise;
5. The Internal Control Committee means the Internal Committee for Financial Consumer Protection as defined in [Schedule 2] of the Supervisory Regulation and refers to the organization to make decisions required for the performance of internal controls for the protection of financial consumers 5.
6. The Financial Consumer Protection Office means the Financial Consumer Protection Office as defined in [Schedule 2] of the Supervisory Regulation and refers to the organization required to perform internal control activities for the protection of financial consumers independently from the financial product development/distribution activities.

Article 3 (Applicability)

- ① This standard applies to all executives, officers and/or employees of the Firm and to all business activities associated with the protection of financial consumers. For persons delegated with a part of the Firm's business activities and for the delegated business activities, the Standard applies within the scope of delegation.
- ② The Financial Consumer Protection Legislations shall apply if the terms and conditions for the protection of financial consumers are not prescribed in this Standard or other internal regulations developed to prescribe the terms and conditions as delegated by this Standard (hereinafter collectively called "the Standard and Equivalent").
- ③ Unless specifically defined in other internal regulations within the Firm, the terms and conditions prescribed in the Standard and Equivalent shall be referred to for the protection of financial consumers including those associated with the development and distribution of financial products and the handling of complaints and disputes involving financial consumers.

Article 4 (Fundamental Principles for Protection of Financial Consumers)

- ① The Firm shall endeavor to protect financial consumers by, for example, enhancing the rights and interests of financial consumers and supporting sound financial transactions.
- ② In order to protect financial consumers through the prevention of complaints or dissatisfaction of financial consumers and prompt remedial measures after the fact, the Firm shall establish the fundamental procedures and standards that its Employee and Equivalent shall conform to during the performance of his/her duties (hereinafter called "Financial Consumer Protection Standards").
- ③ The Firm shall proactively secure people and physical resources required to ensure that financial consumers are protected effectively.



Chapter 2 Roles and Responsibilities and Organization Structure

Article 5 (Operations of Internal Control Framework)

- ① The Firm shall establish its organizational structure and define relevant roles and responsibilities and establish its organizational structure such that the roles and responsibilities of executives, officers and/or employees engaging in financial consumer protection businesses are clearly defined and that operational efficiencies and cross-functional checks and balances are ensured with the consideration of the characteristics and nature of business activities and the level of conflicts of interests involved.
- ② To develop and revise its job descriptions and internal regulations on organization structure, the Firm shall ensure that the requirements prescribed in the preceding Paragraph ① are thoroughly incorporated into.
- ③ The internal control organization for the protection of financial consumers of the Firm is comprised of the Board of Directors ("BoD"), the CEO of the Firm, and Financial Consumer Protection Office.

Article 6 (Board of Directors)

- ① The Board of Directors ("BoD") of the Firm shall determine the fundamental principles for the establishment and operations of internal control frameworks for the protection of the Firm's financial consumers.
- ② The BoD shall approve the management strategies and policies that have impact on the internal controls and shall deliberate and approve by way of resolution material terms and conditions associated with internal controls including the internal control framework defined herein.

Article 7 (CEO)

- ① The CEO shall establish and operate internal control frameworks for the protection of financial consumers pursuant to the fundamental principles for the construction and operation of the internal control frameworks determined by the BoD.
- ② The CEO shall create the internal control environment to ensure that the Firm's internal control frameworks for the protection of financial consumers are adequately established and implemented and shall manage the internal control environment such that the effectiveness of the internal control frameworks for protection of financial consumers is maintained despite changes in relevant laws and regulations or evolving business environment.
- ③ The CEO is authorized and responsible for the followings; provided, however, that the CEO may delegate the business activities defined in Sub-paragraphs 1 through 3 below to the Chief Consumer Officer and shall, if delegation is determined, shall specifically define the scope of delegated businesses:
 1. Preparing preventive measures against breaches to the internal control standards;
 2. Examining the status of compliance with this Standard;
 3. Preparing plans and standards to implement measures to counter breaches, if any, to this Standard corresponding to the descriptions of the breaches.
 4. Supporting people and physical resources required to enforce the preceding Paragraphs ① and ②; and
 5. Defining and coordinating business responsibilities of the Compliance Officer and the Chief Consumer Officer.
- ④ The CEO who delegates responsibilities to the Chief Consumer Officer under the preceding Paragraph ③ shall establish procedures for regular management/supervision of the performance of delegated activities including the obligation requiring the Chief Consumer Officer to report the progresses of performing delegated activities at least once a year to the CEO.

Article 8 (Executives, Officers and/or Employees and Organization)

- ① Each department of the Firm is primarily responsible for the internal controls for protection of financial consumers associated with the responsibilities of the department.
- ② During the performance of his/her duties, any and all executives, officers and/or employees of the Firm shall understand his/her roles as the party responsible for the protection of financial consumers, shall be fully acquainted with the Legislations on Financial Consumer Protection and this Standard and shall comply with the legislations and standard in full.
- ③ In order to comply with the internal control standards effectively, the Firm shall structure its organization to ensure that the roles and responsibilities between the Financial Consumer Protection Office and the departments engaging in the development, distribution and ex-post management of financial products are clearly defined and that mutual cooperation and checks and balances are in place.



- ④ Each department of the Firm which intends to establish or revise internal regulations associated with the internal controls for the protection of financial consumers shall have prior consultations with the Financial Consumer Protection Office.

Chapter 3 Organization and People for Operations of Internal Control Standards

Article 9 (Organization and Operation of Internal Control Committee for Financial Consumer Protection) [Revoked]

Article 10 (Organization and Operation Financial Consumer Protection Office)

- ① The Firm shall establish the Financial Consumer Protection Office as the authorized responsible organization required to perform internal control activities regarding the protection of financial consumers
- ② The Financial Consumer Protection Office shall be established as an organization under the direct auspices of the CEO to perform its business activities independently from the departments engaging in financial product development/distribution activities in order to prevent conflicts of interests between the protection of consumers and sales departments and to enhance the Firm's competences protect financial consumers.
- ③ In order to ensure that the financial consumer protection activities can be performed smoothly, the Firm shall secure the workforce for the Financial Consumer Protection Office after taking into account relevant factors including the number of customers, the number of customer complaints and the prior consultation demands from relevant other departments engaging in such business activities as financial product development and distribution. In particular, the Firm shall select and operate employees with the competences to carry out the business activities defined and listed under Paragraph ① of the following Article 11 as the managers responsible for financial consumer protection activities.
- ④ With the consideration of its organization and people, the Firm may have the Compliance to perform the business activities defined and listed under Paragraph ① of the following Article 11. If the Firm has its Financial Consumer Protection Office as separate organization from the Compliance, the Firm shall clearly specify the authorities and responsibilities of the two (2) departments in separately documented internal regulation.

Article 11 (Authorities of Financial Consumer Protection Office)

- ① The Financial Consumer Protection Office shall perform the following responsibilities:
1. To establish the business management directions for the protection of financial consumers;
 2. To plan and operate education/training programs dealing with financial consumer protection subjects;
 3. To improve programs associated with the protection of financial consumers;
 4. To examine the development, distribution and *ex post* management of financial products from the perspective of the protection of financial consumers and enforce necessary measures;
 5. To manage status of complaints/disputes and the results of measures taken;
 6. To assess the performance and remuneration frameworks applicable to executives, officers and/or employees from the perspective of the protection of financial consumers;
 7. To participate in the prior consultations requested by a relevant department under Paragraph ② of Article 18;
 8. To participate in the consultations regarding the establishment of internal regulations regarding internal controls under Paragraph ④ of Article 8.
- ② The Financial Consumer Protection Office may request improvements of programs including the followings to relevant departments for the protection of financial consumers and prevention of customer complaints. In this case, the department so requested shall promptly carry out the improvements unless the improvements of programs cannot be performed due to inevitable causes which, then, shall be explained to the CEO:
1. To operate programs for the improvement of business activities and clarify relevant method;
 2. To manage the details of improvements (or improvement plans) and improvement results;
 3. To assess the operational performance of improved programs; and
 4. To analyze the status of operational procedures on the site and to devise improvement plans based on the results of the analysis of customer complaints and customer satisfaction levels.
- ③ The Financial Consumer Protection Office shall develop and operate procedures including the followings in order to respect the rights of financial consumers and prevent customer complaints:



1. To prevent customer complaints for the protection of financial consumers;
 2. To educate/training and evaluate executives, officers and/or employees in connection with the protection of financial consumers and to perform internal/external promotions of financial consumer protection efforts; and
 3. To establish the plan to improve education/training and other relevant programs to prevent the recurrence of similar customer complaints.
- ④ If education/training of executives, officers and/or employees and specific measures in connection with the financial consumer protection programs are determined to be required, the Financial Consumer Protection Office may request relevant departments' cooperation whereby any department so requested shall cooperate with the Office unless there are specific causes not to.

Article 12 (Designation of Chief Consumer Officer)

- ① The Firm shall appoint an executive responsible for the protection of financial consumers to lead the Financial Consumer Protection Office as the Chief Consumer Officer.
- ② The Chief Consumer Officer, the role which can be assumed by the Compliance Officer, in case different from the Compliance Officer has independence equivalent to that of the Compliance Officer which shall be guaranteed and shall not be subject to any disadvantageous HR measures for the performance of legitimate duties.
- ③ The Chief Consumer Officer shall not have been subject to a disciplinary measure equivalent to or severer than reprimand warning or request for wage cut imposed by the Financial Services Commission ("FSC") or the Governor of the Financial Supervisory Service ("FSS") for violation of financial legislations during the latest 5-year period. Paragraph 3 on appointment of Compliance Officers of Article 25 and Article 26 on qualification requirements of the Act on Corporate Governance of Financial Companies shall apply mutatis mutandis to the appointment and qualification requirements of the Chief Consumer Officer.

Article 13 (Duties of Chief Consumer Officer)

- ① The Chief Consumer Officer shall perform the following duties:
 1. To exercise supervisory control over the business activities performed by the Financial Consumer Protection Office under Article 11 herein;
 2. To carry out prior reviews of relevant documents including product instructions and financial product contract documents (to be excluded if the responsibilities are performed by the Compliance Officer);
 3. To plan and improve programs associated with the protection of financial consumers and to establish other procedures and standards considered necessary;
 4. To manage/supervise and review financial consumer protection framework by phase of financial product cycle (development, distribution and *ex post* management);
 5. To manage and supervise the acceptance and processing of customer complaints;
 6. To exercise general control over business cooperation and coordination between/among departments associated with financial consumer protection;
 7. To exercise general control over the development and operations of internal/external education/training programs associated with financial consumer protection;
 8. To exercise general control over the standards on the evaluation of department/employees in line with the occurrence of customer complaints;
 9. To exercise general control over the examinations, enforcement of measures and assessments concerning the status of compliance with this Standard;
 10. To perform the business activities delegated by the CEO under Paragraph ③ of Article 7 herein;
 11. To perform the business activities instructed/requested by the BoD and/or the CEO in connection with the protection of financial consumers; and
 12. To perform other business activities which are determined to be necessary to enhance the rights and interests of financial consumers.
- ② if the rights of a financial consumer are actually or seriously concerned to be undermined, the Chief Consumer Officer shall promptly report the status to the CEO who then shall confirm the reported information and shall promptly perform/support whatever measures that are considered necessary.

Article 14 (Designation and Duties of Financial Consumer Protection Associates)



- ① With the consideration of its unique characteristics, the Firm shall select and operate workforce comprised of financial consumer protection associates capable of performing such business activities as the prevention and handling of customer complaints, improvement of relevant programs, evaluation of customer complaints, operations of IT systems, financial consumer protection education/training, PRs and audits of customer complaints smoothly. For the purpose of this paragraph, the number of associates shall be maintained at or above adequate level.
- ② In order to enhance the professional expertise and reliability of the performance of business activities, a financial consumer protection associate candidate shall have served the Firm for at least three (3) years with work experiences in such areas of product development and support, sales and service planning, legal, system, statistics and audit for at least two (2) years unless:
 1. A candidate is recognized by the Chief Consumer Officer as having the expertise and work experiences equivalent to those specified in the main paragraph of this Paragraph ②; or
 2. The Firm has been operating less than ten (10) years since establishment and the requirements separately defined by the Chief Consumer Officer are applicable to an associate candidate
- ③ A financial consumer protection associate shall be dedicated to the business activities to protect financial consumers for at least three (3) years unless special exception deems necessary; provided, that, however, an exception is accepted if streamlining is required considering the Firm's organization and workforce or if transferred upon promotion and if approved by the Chief Consumer Officer.
- ④ In evaluating performances of financial consumer protection associates, a bank shall assign additional HR point to an associate in recognition of his/her excellent consumer protection performances unless there are specific causes not to including disciplinary measures.
- ⑤ The Firm shall provide its financial consumer protection associates with the opportunities to enhance his performances of duties including the provision of opportunities to participate in the internal/external education/training courses associated with protection of financial consumers and the achievement of certificates to enhance the professional competences for the protection of financial consumers.

Article 15 (Independences of Chief Consumer Officer and Financial Consumer Protection Associates)

- ① The Firm shall separately establish and implement fair business performance evaluation standards and wage payout standards applicable to the Chief Consumer Officer and the financial Consumer Protection Associates which are not linked to the financial management performances and shall ensure that they are not unjustly subject to any disadvantages at HR performance evaluations associated with his/her performance of duties against other working groups including the associates engaging in other business activities unless there are specific causes including disciplinary measures not to. For the purpose of this Paragraph, the disadvantages may include the discrimination based on working groups or exclusion from promotion.
- ② The Firm shall ensure that the number of customer complaints occurred and the results of financial consumer protection status assessments are not linked to the rewards including the wages of the Chief Consumer Officer and Financial Consumer Protection Associates but incorporated into the rewards including wages to the departments or relevant managers which/who are found to have directly provided relevant causes such as the trigger of the customer complaints or any inadequacy during the processing of customer complaints.
- ③ The performance evaluation standards and the detailed terms and conditions to ensure the independence of the Chief Consumer Officer and the Financial Consumer Protection Associates may be determined separately by the Firm.

Article 16 (Examinations and Measures by Financial Consumer Protection Office)

- ① During the processes of the development, distribution and *ex post* management of financial products, the Financial Consumer Protection Office examine and analyze major factors influencing the financial products being distributed.
- ② If material issues including concerns for potential damages to customers or actual damages to customers are identified during the examination process under the preceding Paragraph ①, the Financial Consumer Protection Office shall take necessary measuring including reporting of the finding to and discussions with the CEO.

Chapter 4 Procedures and Standards to Conform to by Employees and Equivalents Engaging in Business Activities

Article 17 (Distribution Principles Applicable to Employees and Equivalents Performing Business Activities)



- ① In order to protect financial consumers, the Firm may establish and document the procedures and standards that its Employees and Equivalents shall comply with when performing their duties to serve financial consumers including the execution of contracts regarding financial products or the recommendation for the execution of such contracts with the consideration of relevant factors including the characteristics of the Firm, the types of products provided and the status of distribution channels, within the scope which deems necessary and by category classified as below:
 1. Financial Products including products with investment features and products with loan features
 2. Distribution Channels including direct distributor of financial products, financial product distribution agent/broker and financial product advisor.
- ② A department executing or recommending the execution of financial product contracts shall have prior consultations with the Financial Consumer Protection Office if the department intends to establish or revise the procedures or standards associated with its responsibilities under the preceding Paragraph ①.

Article 18 (Establishment of Policies of Financial Product Development Distribution)

- ① In establishing policies on financial product development and marketing and distribution procedures, the Financial Consumer Protection Office shall examine whether the intended policies are in compliance with this Standard and Financial Consumer Protection Legislation from the financial consumer protection perspective and shall establish and implement prior consultation procedures and information sharing frameworks to address issues identified as a result of the examinations.
- ② Responsible departments which intend to develop policies on the development and marketing of financial products shall have prior consultations with the Financial Consumer Protection Office and the information to be discussed during the consultations shall include:
 1. Development/change/discontinuation of distribution of financial products;
 2. Production and revision of product instructions and agreements associated with distribution of products;
 3. Development and revision of distribution procedures;
 4. Establishment and revision of major marketing policies including customer-related sales promotion initiatives (including events and promotions) and standards on the evaluation of branch performances;
 5. Other terms and conditions determined by the Financial Consumer Protection Office for the protection of consumers.
- ③ In participating in the prior consultations under the preceding Paragraph ②, the Financial Consumer Protection Office shall take the followings into consideration:
 1. The level of risks/complexity of a financial product;
 2. The characteristics of financial consumers; and
 3. The financial quality and the financial product investment management and risk management capabilities of the issuer of the financial product.
- ④ The Financial Consumer Protection Office may require relevant departments to stop launching new financial products, discontinue marketing activities or submit improvement plans if it determines that the policies associated with the development, marketing and distribution procedures of financial products or associated contracts may cause potential damages to financial consumers.

Article 19 (Establishment of Checklist Regarding Financial Product Development)

- ① When a new financial product is developed, the Financial Consumer Protection Office shall prepare adequate checklist to diagnose whether the product is accompanied by any disadvantageous features against financial consumers and provide the checklist to the departments in charge of product development.
- ② A development in charge of product distribution which intends to launch a new product or to change major terms and conditions of an existing product shall examine the new or existing product for adequacy based on the checklist under the preceding Paragraph ①.

Article 20 (Listening to Opinions of Financial Consumers)

- ① In order to prevent customer complaints and promptly relieve damages of financial consumers, the Firm shall establish and implement business procedures to ensure that the opinions of financial consumers regarding, for example, complaints occurred previously and customer satisfaction are proactively taken into account from the early phases of financial product development process.



- ② In order to reinforce financial consumer protection, the Firm shall establish and utilize customer participation channels or similar means in order to incorporate the opinions of external experts or the requirements of financial consumers into the business management of the Firm from the phases of financial product planning and development and shall regularly analyze the performance of utilizing consumer proposals.
- ③ In order to practice financial consumer protection and to address complaints and inconveniences of financial consumers, the Firm shall carry out *ex post* examinations including the analysis of customer satisfaction and customer complaints and the collection of opinions and requests from financial consumers after the distribution and market of financial products and shall utilize the examination results for financial product development, improvement of business activities and reduction in customer complaints.
- ④ If any finding from the examination under the preceding Paragraph ③ indicates the need for improvements of relevant programs, the Firm shall promptly notify relevant departments of the information to ensure timely incorporation.

Article 21 (Establishment of Financial Product Distribution Process)

The Financial Consumer Protection Office shall establish, from the perspective of the protection of financial consumers, the following distribution procedures applicable to the departments responsible for the distribution and marketing of financial products and manualize the procedures in order to ensure the compliance with this Standard and Financial Consumer Protection Legislations and to prevent incomplete sales during financial product distribution process:

1. *Ex Ante* Procedure before Financial Product Distribution
 - A. Education/training frameworks shall be established to provide financial product distributors with education/training programs by financial product and qualification requirements by financial product for distributors shall be defined and implemented.
 - B. Management procedures by distribution process utilizing such means as test messages and e-mail messages (including the checklist covering the terms and conditions subject to mandatory compliance and the status of enforcement) shall be established and implemented.
 - C. Financial consumer confirmation procedures shall be established so that a financial consumer checks and confirms the terms and conditions and major risk factors of financial products that a financial consumer shall be aware of during the process of selecting the financial product.
2. *Ex Post* Procedure after Financial Product Distribution
 - A. The transaction shall be checked for possible incomplete sales by reviewing what was purchased by a financial consumer and whether the consumer has accurate understanding about the financial transaction.
 - B. For products with larger potential for incomplete sales, financial consumer protection procedures including repetitive explanation, contract revocation and termination of unlawful contracts shall be established by taking into the types of the relevant financial products.
 - C. Frameworks for consumer notifications including notification of investment product trade details and notification of trust or discretionary investment management details via such means as text messages and e-mails shall be established and implemented.

Article 22 (Establishment of Policies on Financial Product Development, Distribution and *Ex Post* Management)

- ① While establishing policies on development, distribution and *ex post* management of financial products, the Firm shall establish and implement the business procedures including the distribution procedures as defined in the preceding Article 21 in order to proactively incorporate customer complaints that have occurred or the opinions of financial consumers. The Financial Consumer Protection Office shall examine the adequacy of established business procedures for smooth operations.
- ② Under the principle of confidence and trust, the Firm shall promptly notify financial consumers of any changes to products (including terms of transactions, exercise of rights, maturity of product, fulfillment of principal loss conditions and the level of risks) or potential for large-scale disputes involving financial consumers after the financial product distribution is completed.
- ③ In order to ensure the readiness for legal and contractual rights of a financial consumer when they are claimed, the Firm shall establish relevant procedures and standards for prompt and fair handling of such claims and shall establish the plans to prevent dormancy from occurring and unclaimed financial assets from remaining as such for a long term:
 1. The Firm shall establish procedures and standards required to prevent and reduce dormancy and financial assets remaining unclaimed for a long-term period in order to ensure the best interests for financial consumers; and
 2. The Firm shall inform financial consumers of the methods to deal with a financial product at maturity (i.e., re-deposit and designation of a deposit account) and designation of maturity notification method at phases of entering into/maintaining a product contract and shall allow the financial consumer to select a method favorable to the consumer.



- ④ If financial consumers frequently express complaints with regard to a product or a service, the Financial Consumer Protection Office shall thoroughly analyze the details of the complaints and damages to understand major causes of the complaints of the financial consumers and consult with the relevant departments for improvement.

Article 23 (Production and Internal Deliberation of Advertisement Materials)

- ① When posting advertisements about financial products and relevant business activities (hereinafter collectively called “Financial Products and Equivalents”), the Firm shall deliver the advertisement in a clear and fair manner in order not to cause financial consumers to misunderstand the details of the financial products in accordance with the Financial Consumer Protection Legislations including Article 22 of the Act.
- ② Any advertisement of Financial Products and Equivalents shall contain the statement recommending a customer to read the financial product instruction and associated contract document before executing a corresponding contract, the name of the financial product distributor, the descriptions of the financial product, details by the type of financial products classified and other terms and conditions as defined in the relevant legislations as being required for the protection of financial consumers.
- ③ The Firm which intends to post an advertisement shall complete the relevant procedures as defined in the relevant legislations including prior consultations with the Compliance Officer and shall regularly review the internal control frameworks associated with advertisements to ensure that the frameworks are operated properly and then taken necessary measures.
- ④ The Firm shall establish and implement detailed standards and procedures on the production and internal deliberation of advertisement materials of Financial Products and Equivalents.

Article 24 (Principles to Perform Business Activities for Financial Consumers and Standards of Interpretation)

- ① When distributing financial products, the Firm shall comply with the suitability principle, the adequacy principle and explanation obligations as prescribed in the Financial Consumer Protection Legislations and shall exert best efforts to distribute products without creating any incomplete sales in violation of the Financial Consumer Protection Legislations.
- ② If a customer experiences damages due to causes attributable to the Firm or Employees or Equivalents during the financial product distribution process, the Firm shall exert best efforts to promptly relive the damages.

Article 25 (Prevention of Conflicts of Interest with Financial Consumers)

- ① The Firm shall exert its best efforts to ensure that the Employees and Equivalents handles the interests of all financial consumers equitably and fairly without compromising the rights and interests of the consumers and shall establish systems to prevent conflicts of interests in order to prevent any conflicts of interest with financial consumers.
- ② In case of actual or potential conflicts of interests with financial consumers, Employees and Equivalents shall take necessary measures to prevent any issues or problems from occurring to undermine the protection of financial consumers.

Article 26 (Education/Training for Protection of Financial Consumers)

- ① The Firm shall provide education/training programs (including those to enhance ethics competences) in the form of education/training to Employees and Equivalents, distribution of manuals required for Employees and Equivalents to perform their duties to serve financial consumers, and etc. in order to prevent Employees and Equivalents from committing breaches to this Standard and the Financial Consumer Protection Legislations and to ensure them to comply with this Standard.
- ② The Firm shall provide all Employees and Equivalents engaging in the distribution of financial products with regular education/training programs associated with the protection of financial consumers for at least once a year and ad-hoc education/training programs covering revisions of major legislations and programs and cases frequent customer complaints when required and shall report the results to the CEO.

Article 27 (Management of Credit and Personal Data of Financial Consumers)

- ① The Firm shall establish and implement the frameworks required for the protection of credit data and personal information including the development of internal regulations for establishment and enforcement of the policies to manage and protect personal (credit) data of financial consumers.
- ② If it is required to collect and utilized persona (credit) data about financial consumers in connection with the distribution of financial products, the Firm shall complete clearly-defined consent procedures to collect and utilize minimum data suitable to the intended



transaction, shall manage the collected data with due care and attention as a fiduciary manager and shall not use the data for other purposes.

- ③ The Firm shall appoint a Personal Information Management Supervisor to manage collected personal data.

Article 28 (Scope of Business Delegation to Agent/Broker and Fee Schedule)

- ① The Firm which enters into an agreement to delegate the agent/brokerage services for the execution of financial product contracts to an agent/broker (hereinafter called "Service Agreement") shall comply with the applicable terms and conditions prescribed in the financial legislations by each financial product.
- ② The Firm entering into a Service Agreement with an agent/broker shall incorporate the followings:
1. Types of products to be solicited and the scope of delegated businesses;
 2. Term and renewal of contract and causes of contract termination;
 3. Measures to prevent frauds and terms and conditions regarding education/training;
 4. Terms and conditions regarding fee computation and payment method;
 5. Terms and conditions for the Firm to exercise its rights of recourse;
 6. Prohibited activities on the part of an agent/broker;
 7. Other required terms and conditions including those applicable to jurisdictions.
- ③ The Firm shall establish management standards including the followings for systematic and organized management of agents/brokers and for protection of financial consumers or sound transaction orders and shall manage and supervise the implementation progresses of the Service Agreements by the agents/brokers:
1. Procedures to execute and terminate service agreement with an agent/broker;
 2. Procedures to examine and report the business activities of an agent/broker;
 3. Measures to protect personal data of financial consumers and terms and conditions regarding the compliance with relevant laws and regulations;
 4. Major provisions to be prescribed in the Service Agreement (including the scope of delegated services, audit authorities of the service recipient, fees associated with delegation and provision of services, protection of financial consumers and the obligations to accept the audits by supervisory regulators);
 5. Recording and retention of performances of an agent/broker;
 6. Fee computation and payment standard and method;
 7. Terms and conditions regarding education/training programs and frequency and method of education/training; and
 8. Guarantee the rights of internal/external auditors to access data.
- ④ The Firm shall define disadvantageous terms and conditions such as the reduction in fees, charging penalty points and termination of contracts which become applicable when an agent/broker commits violations of relevant legislations and shall include them in the Service Agreement.

Article 29 (Fee Standards for Financial Product Advisory Service) [Revoked]

Chapter 5 Examinations/Responsive Measures and Assessment of Compliance with Internal Control Standards for Protection of Financial Consumers

Article 30 (Examination and Assessment of Internal Control Standard Compliance Status)

- ① The Financial Consumer Protection Office shall regularly examine the business activities performed Employees and Equivalents in connection with the distribution of financial products are in full compliance with this Standard and the Legislations on the Protection of Financial Consumers with the consideration of the materiality and riskiness of the business activities.
- ② The Financial Consumer Protection Office may procure the heads of each department to examine the responsible organizations and responsible business activities for possible breaches to this Standard and the Financial Consumer Protection Legislations in accordance with the methods of examinations determined by the Financial Consumer Protection Office.
- ③ If the examinations are performed under the preceding Paragraph ②, the heads of departments who performed the examinations shall report the results to the Chief Consumer Officer.



- ④ If the Financial Consumer Protection Office identifies any unlawful/unfair activities or any concern regarding the potential for material damages to financial consumers during the process of examining the status of compliance with this Standard and the Financial Consumer Protection Legislations, the Office may initiate the request for information to the heads of relevant departments, request for attendance to Employees and Equivalents and on-site investigations (or may request the Compliance or the Audit to perform on its behalf). In this case, any and all persons or departments subject to the foregoing measures shall duly and diligently respond to the investigations.
- ⑤ The Financial Consumer Protection Office shall establish and implement detailed procedures containing the methods to perform examinations under the preceding Paragraphs ① through ③ and the measures to be enforced when the unlawful/unfair activities are found to be true under the preceding Paragraph ④.
- ⑥ The Chief Consumer Officer shall assess the examinations performed in accordance with this Article and report the results to the CEO.

Article 31 (Responsive Measures to Legal/Regulatory Violations by Employees and Equivalents)

- ① If a relevant Employee and Equivalent is determined to be in violation of this Standard and the Financial Consumer Protection Legislations in connection with the business activities associated with the protection of financial consumers, the Financial Consumer Protection Office shall notify relevant departments (including the Compliance and Audit) of the information with the consideration of the severity of the violation, number of violations committed and the motive and results of the act of violation and the head of department so notified shall check factual relationships based on investigations and, based on the finding, shall enforce necessary measures.
- ② The Financial Consumer Protection Office shall report any, if identified, unlawful/unfair activities associated with the protection of financial consumers to the CEO who, in turn, shall take adequate measures.
- ③ The Financial Consumer Protection Office which determines that the unlawful/unfair activities under the preceding Paragraph ② are material may report them to the Standing Auditor.

Chapter 6 Education and Qualification Requirements for Executives, Officers and/or Employees Engaging in Business Activities for Protection of Financial Consumers

Article 32 (Education Requirements for Executives, Officers and/or Employees Engaging in Distribution of Financial Products)

- ① The Firm shall regularly provide education/training programs associated with this Standard and the Financial Consumer Protection Legislations for employees or equivalent persons engaging in the distribution of financial products to financial consumers including recommendations and execution of contracts of individual financial products (collectively called "Distribution Employees and Equivalents" in this Chapter and in the following Chapter 7).
- ② The Firm shall enable Distribution Employees and Equivalents who completed relevant education/training programs under the Financial Consumer Protection Legislations to recommend the execution of contracts. To this end, the Firm shall use external education institutes including the Korea Institute of Financial Investment of the Korea Financial Investment Association or develop internal education/training programs to provide Distribution Employees and Equivalents with regular education/training programs so that they fully understand the terms and conditions and characteristics of financial products including the level of risks and complexity and that their ethical competences are improved.
- ③ The Financial Consumer Protection Office shall exercise the supervisory control over the planning and operations associated with educations/training programs under the preceding Paragraph ① and shall support departments responsible for the distribution of financial products to provide education/training programs covering individual financial products.
- ④ The Financial Consumer Protection Office may designate Distribution Employees or Equivalents causing incomplete sales for management by taking into such factors as past complaints history, FSS investigations and on-site examination cases and may either provide them with separate education/training programs to prevent incomplete sales directly or request relevant departments to provide such education/training programs.
- ⑤ The Firm shall provide its Distribution Employees and Equivalents the opportunities to attend internal and/or external education/training courses for the protection of financial consumers.

Article 33 (Qualification Requirements for Executives, Officers and/or Employees Engaging in Distribution of Financial Products)



- ① Distribution Employees and Equivalents shall fulfill the qualification requirements prescribed in the relevant laws and regulations or, if no qualification requirements are defined in the laws and regulations, shall complete the education/training courses defined by the Firm.
- ② A Distribution Employee and Equivalent may not distribute financial products if:
 1. He/she does neither satisfy the qualification requirements under the preceding Paragraph ① nor complete relevant education/training courses;
 2. He/she is considered to be of less expertise or experiences with regard to a financial product that he/she handles as a result of assessments performed in accordance with the standards defined by the Firm; or
 3. The Firm imposes individual restrictions on his/her distribution activities since he/she has given rise to customer complaints associated with incomplete sales more than the applicable threshold defined by the Firm.
- ③ The Firm shall regularly check and confirm whether any of the Distribution Employee and Equivalent is classified into one of the categories defined in the preceding Paragraph ② and shall establish adequate continuing education and re-certification procedures.
- ④ The Firm shall provide Distribution Employees and Equivalents with proactive supports so that they perform financial product distribution activities in a legal manner whereby the proactive supports may include the opportunities to acquire certifications to develop professional competences for the protection of financial consumers.

Chapter 7 Evaluation and Rewards Framework and Assuring Responsibilities for Business Activities Performed

Article 34 (Design and Operations of Remuneration Framework)

- ① The Firm shall design and operate remuneration framework with the consideration of customer satisfaction and internal control items in order to ensure that no conflict of interests occurs between the Firm's Distribution Employees and Equivalents ("Evaluation and Rewards Framework").
- ② In evaluating performances associated with the distribution of financial products, the Firm may take into account such factors as the number of incomplete sales, the returns earned by customers, the results of customer satisfaction survey, quality of contract documentations and results of distribution procedure examinations (including, but without limitation, the results of examinations of inadequate recommendations, violation of suitability/adequacy principles and violation of obligations to provide explanations).

Article 35 (Plan to Assure Responsibilities at Performance Evaluation)

If financial consumers revoke/cancel financial transactions due to causes attributable to Distribution Employees and Equivalents including unsound business activities and incomplete sales, the Firm may recover monetary rewards already paid out to the Distribution Employees and Equivalents based on the performance evaluation results and may, to this end, pay certain portion of the rewards in instalments or on a deferred payment basis over the period during which relevant products and services are provided.

Article 36 (Assessment and Discussion of Remuneration Framework)

- ① The Financial Consumer Protection Office shall report to the CEO the level of dedications to the protection of financial consumers so that the level of dedications of each department and each executives, officer or employee to the protection of financial consumers including customer complaints occurred or prevented can be incorporated into the assessment results of the organizational and individual performances.
- ② The Financial Consumer Protection Office shall work with relevant departments including those responsible for the establishment of remuneration frameworks, performance evaluation, product development/sales and compliance to collect and share relevant information such as information on incomplete sales and to carry out regular consultations and may propose improvement in case it determines that the performance and remuneration structures applicable to Distribution Employees and Equivalents is not adequately designed from the perspective of the protection of financial consumers.

Chapter 8 Procedure to Revise Internal Control Standards on Financial Consumer Protection and Delegation

Article 37 (Development /Revision of the Standard and Equivalents and Delegation of Detailed Terms)



- ① The Firm may develop/revise this Standard and Equivalents in order to incorporate relevant developments including the development/revision of relevant legislations, authoritative interpretations of supervisory regulators, requests for improvements by the Financial Consumer Protection Office or equivalent organization or potential for large scale damages to consumers.
- ② The Firm shall be approved by the BoD if it intends to add new provisions to or revise existing provisions of this Standard and Equivalents; provided, however, that the approval of the CEO may replace the requirement for the approval of the BoD if the revisions are associated with the developments/revisions of relevant legislations or regulations, are the follow-up measures for resolutions adopted by the BoD or are considered equivalent non-materials changes/revisions.
- ③ Any department which intends to add new provisions to this Standard and Equivalents or revise existing provisions therein shall proceed with prior consultations with the Financial Consumer Protection Office about the provisions intended to be added or revised. Then, the Financial Consumer Protection Office shall perform reviews to understand the need for the intended addition or revision of this Standard and Equivalents from the perspective of protecting financial consumers and report the review results to the CEO of the Firm.
- ④ The Firm which newly develops or revises this Standard and Equivalents shall post major relevant information in such classifications as the statement that the developments/revisions are made and the causes, the impact on financial consumers and the time and scope of application on the Firm's Internet homepage.
- ⑤ The Firm shall inform the developments and revisions of this Standard and Equivalents in a manner that they can be confirmed by its Executives and Equivalents and provide relevant education/training if it is considered necessary.
- ⑥ Details required for the enforcement of this Standard and Equivalents and for the operations of internal controls regarding the protection of financial consumers may be determined as separate internal regulations.

Chapter 9 Enhancing Financial Transactions Convenience and Preventing Damages to Wealth for Senior Consumers and Consumers with Disabilities

Article 38 (Enhancing Convenience and Preventing Damages to Wealth for Senior Consumers)

- ① The Firm shall ensure that senior consumers can understand financial consumers correctly and accurately to enter into adequate financial transactions.
- ② In principle, a financial consumer is considered a senior if he/she is 65 years old or older. However, the Firm may establish its own senior financial consumer classification criteria by taking into relevant factors including the level of understanding about products by each product, experiences in financial transactions and the status of wealth and income of such consumers.
- ③ The Firm shall exert efforts to protect senior financial consumers and reinforce relevant internal controls in accordance with investment recommendation best practices in every phases of all financial transactions including the development, distribution and *ex post* management of financial products.
- ④ The Firm shall prevent financial damages to senior consumers by ensuring that the financial consumers clearly and accurately understand financial products and enter into adequate financial transactions through the examinations of risk factors of senior consumers and application of reinforced distribution procedures.
- ⑤ The Firm may prescribe detailed terms and conditions designed to enhance the financial access of senior financial consumers and prevent their property damages in separate internal regulations.

Article 39 (Enhancing Convenience and Preventing Damages to Wealth for Consumers with Disabilities)

- ① The Firm shall provide services in a manner suitable to the types of disabilities in order to enhance the convenience of financial transactions for consumers with disabilities.
- ② The Firm shall establish detailed consumer service guidelines by type of disabilities which branches facing the consumers shall conform to and shall establish frameworks to provide relevant consumer interviews, execute transactions, accept customer complaints and inform the consumers.
- ③ The Firm shall enhance the convenience and usability of electronic financial transaction services if intends to distribute financial consumers through perform non-face-to-face transactions.
- ④ The Firm shall prevent financial damages to consumers with disabilities by ensuring that the financial consumers clearly and accurately understand financial products and enter into adequate financial transactions through the examinations of risk factors of consumers with disabilities and application of reinforced distribution procedures.



- ⑤ The Firm may prescribe detailed terms and conditions designed to enhance the financial access of financial consumers with disabilities and prevent their property damages in separate internal regulations.

