

인터넷전문은행 - 주요이슈 및 전망
진화는 현재 진행형

목차

I. 들어가며

II. 현황

III. 주요이슈

- (1) 인터넷전문은행 성공적 포지셔닝
- (2) 인터넷전문은행 시장규모 예측
- (3) 인터넷전문은행 해외확장 가능성
- (4) 인터넷전문은행 활성화를 위한 제반요건

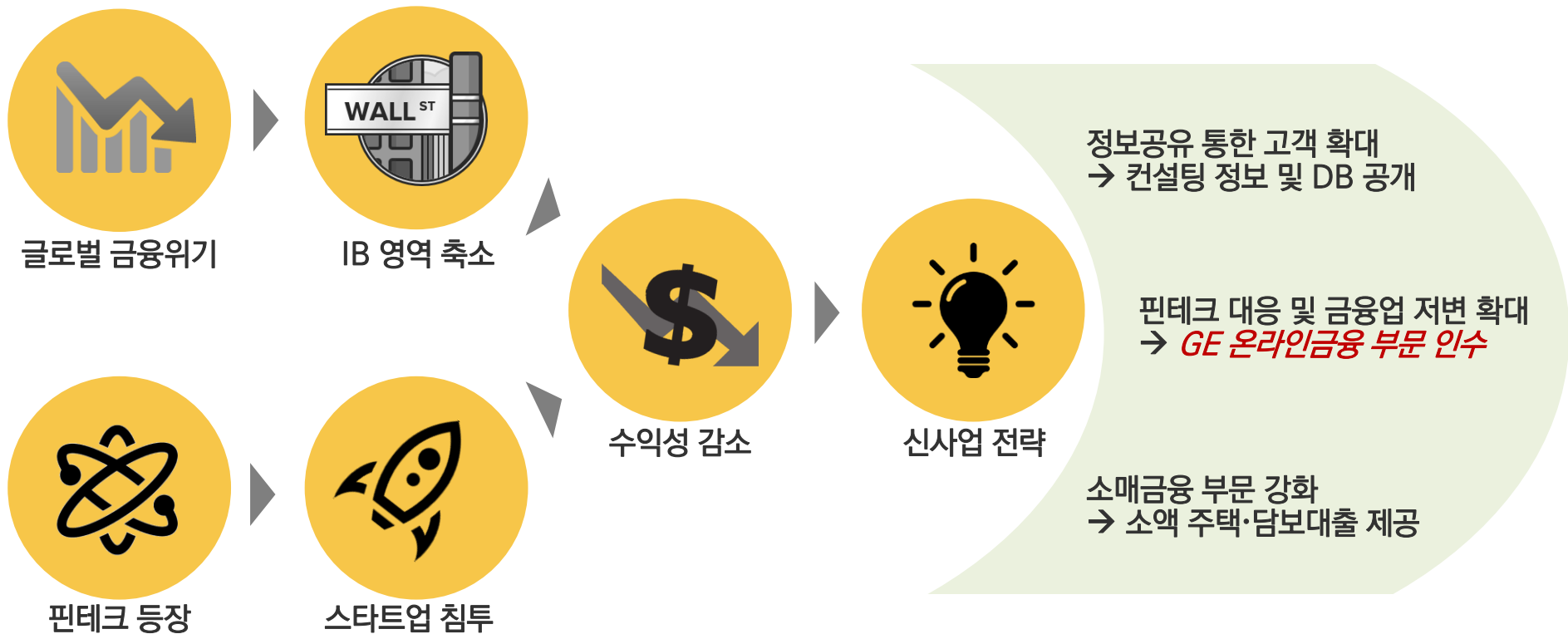
IV. 마치며

1. 들어가며

골드만 삭스의 이상행보

글로벌 금융위기 이후 기존 IB중심 business에서 변화가 급격히 진행

골드만 삭스의 행보



골드만 삭스가 IT company?

온라인은행 인수로 소매금융 시장 진출 꾀하며, 핀테크를 중심으로 IT부분 대규모 투자 진행

GE Capital Bank 인수

: 2015년 8월, GE의 온라인 은행 부문 자회사인 GE캐피탈뱅크의 온라인 예금 플랫폼을 \$160억에 인수

- ✓ 온라인 예금 \$80억과 양도성예금증서 \$80억 확보
- ✓ 약 14만 명의 일반 금융 소비자 확보
- ✓ 향후 온라인 신용대출 시장 진출의 기반 마련

IT인력 지속적 확보

: 전체 직원 3만 4천명 중 약9천명을 IT개발과 데이터 분석 인력으로 구성

"우리의 비즈니스를 키우는데 어떻게 도움이 되고, 그보다도 우리의 고객에게 더 나은 상품을 제공하는데 어떻게 도움이 되는가를 생각하는데 있어서 기술은 중요하다"

- Gary Cohn(Goldman Sachs COO), 2015/11

*"We are technology company.
We try to disrupt ourselves"*

- Blankfein(Goldman Sachs CEO), 2015/04

블록체인 금융시스템 개발

: 2015년 9월, 전세계 22개 대형은행과 연합하여 스타트업 R3CEV와 제휴로 시스템 개발 착수

오픈 플랫폼 도입

: 기관 고객이 자사의 IT핵심기술이 포함된 DB에 접근 가능하도록 지원
→ 고객 기반 확장 통한 부가가치 창출

IT기업 투자

: 지급결제(Square, Circle 등), 빅데이터(Dataminr, Kensho 등)



금융의 전쟁터가 '점포' 에서 주머니 속 '스마트폰' 으로 이동함에 따라 선제적 대응

II. 현황

인터넷전문은행 개요

인터넷전문은행이란 Off-Line 영업점 없이 업무의 대부분을 전자금융거래의 방법으로 영위하는 은행을 의미

	일반은행	인터넷전문은행
대면채널	지점, 사무소, 출장소 (핵심채널)	없음
비대면채널	인터넷·모바일 뱅킹 콜센터, ATM	인터넷·모바일 뱅킹 (핵심채널) 콜센터, ATM (제휴)
영업시간	평일 9 ~ 16시	24시간 365일
업무범위	Full Banking Service	제공 가능한 서비스 특화 (ex. 대출 전문, 소매금융 등)
최소자기자본	시중은행 1,000억 원 지방은행 250억 원	500억 원
건전성규제	Basel III	Basel I

인터넷전문은행 서비스의 차별점 및 장단점

인터넷전문은행은 기존 은행 서비스에 모바일과 IT기술을 적극 활용하여 소비자 효용 증대에 기여

일반은행

인터넷전문은행

계좌개설

신분증 지참, 지점 방문

스마트폰, PC를 통한 비대면 인증 개설

신용평가

소득, 자산, 납세정보 등 재무정보

SNS, 통신, 전자상거래정보 등
Big Data Analytics 활용

결제

계좌 연결된 체크/신용카드 이용

계좌 연결된 모바일 결제

금융상품

지점 직원의 상담 통한 추천

빅데이터 분석 통한 적시 추천

장점

- 금리 및 수수료·접근성 면에서 소비자 효용 증대
- 비용절감에 의한 경영성과 개선
- IT기반으로 서비스 차별화·다양화 촉진

단점

- 은행업 진입 확대에 따른 과잉공급 가능성
- 설립 초기에 수익모델 취약시 부실화 우려

인터넷전문은행 도입 목적 및 방안

인터넷전문은행은 새로운 금융 서비스로 소비자의 편익 증진을 위해 도입되며, 이를 위한 규제 완화가 병행될 예정

도입 목적



금융소비자 편익성 제고

: IT인프라를 활용하여 접근성이 향상되고, 금리·수수료 등 서비스를 보다 저렴하게 이용



은행산업 경쟁 촉진

: 비대면거래 증가(거래 비중 90% 이상) 추세 속에 경쟁을 촉진하고, 은행권 보수적 영업행태 혁신의 자극제 역할



미래 신성장동력 창출

: 금융사와 ICT기업, 핀테크 업체 등이 제휴하여 시너지 효과를 내고, 새로운 금융서비스 개발 및 신시장 개척

도입 방안

1

진입장벽 완화

: 은산분리 규제, 최저자본금 기준 등

→ 은산분리의 큰 틀을 유지하되, ICT기업 등 혁신성 있는 경영주체의 진입 활성화

2

사전규제 최소화

: 업무범위, 건전성·영업행위 등 관련 규제 완화

→ 일반은행과 동일하게 현행법상의 업무범위 적용(단, 오프라인 영업점포 제한)

3

투명하고 엄정한 인가절차

: 외부평가위원회 중심으로 진행

→ 은행업 인가심사기준을 기본으로 적용하되, 핀테크·금융계 등의 전문가 위원회 구성

인터넷전문은행 인가일정 업데이트

1단계로 현행 제도 하 시범인가 진행 중. 3개 컨소시엄 중 일부가 12월 중 확정될 예정

인터넷전문은행 추진일정

1단계

현행 은산분리 제도 하에서 1~2개 시범인가

- 법 개정 없이 추진 가능 하여, 인터넷전문은행의 빠른 출범 가능
- 인터넷전문은행 제도의 성공 가능성을 검증하는 Test Bed로 활용

2단계

은행법 개정(은산분리 규제완화) 후 추가 인가

- 플랫폼사업자, 핀테크업체 등 다양한 플레이어가 참여하도록 유도
- 시범 인가된 은행의 영업추이 및 소비자반응, 성장가능성 등을 감안하여 추가 인가할 계획

시범인가 신청 컨소시엄

카카오뱅크 (11개사)

카카오, KB국민은행, 한국투자금융지주, 우정사업본부, 텐센트, SGI서울보증보험, 예스24, 이베이, 넷마블, 코나아이, 로엔

I-뱅크 (15개사)

인터넷파크, SKT, IBK기업은행, NH투자증권, 한국증권금융, 현대해상, 웰컴저축은행, GS홈쇼핑, BGF리테일, 옐로금융그룹, 한국전자인증, 세틀뱅크

K-뱅크 (20개사)

KT, 우리은행, 현대증권, 한화생명, 다날 한국정보통신, GS리테일, KG이니시스, KG모빌리언스, 인포바인, 알리페이, 민앤지,뱅크웨어글로벌, 포스코ICT, 8퍼센트, 브리지텍, 모바일리더, 압컴퍼니, 이지윌페이, 한국관광공사

향후 일정

10~11월
심사



12월
예비인가



'16년 상반기
본인가

Ⅲ. 주요이슈

(1) 인터넷전문은행 성공적 포지셔닝

인터넷전문은행은 현재 2.0세대로 진화 중

글로벌 발전과정을 고려하면 도입기 / 1.0세대 / 2.0세대로 구분가능. 현재는 스마트폰 기반 2.0세대 초입



도입기
(1995년 ~ 2000년대 초반)

고금리/저수수료 전략으로 빠른 고객 유치



1.0세대
(2000년대 초반~ 중반)

인터넷 보급에 따라 온라인/ATM 등 전자매체를 활용하여 접근성과 가격경쟁력 확보



2.0세대
(2000년대 중반~)

스마트폰 보급, 빅데이터 및 핀테크 기술 발달에 따라 보다 발전된 banking service 제공



1995년 10월 미국에서 최초 설립

- 2000년 초반까지 30개 내외의 인터넷 전문은행 설립

수익 창출 실패로 다수 업체 파산

- 2000년 대 중반 12개 업체로 감소
- Net Bank: 고비용 커버 위한 고금리 대출 중심 운영 중 금융위기 여파로 '07년 파산

비용 절감으로 가격 경쟁력 확보

- 대면채널 최소화 및 핵심 서비스 집중을 통한 비용 절감으로 고객에게 금리/수수료 혜택 전달

단순하고 쉬운 상품 구성

- 핵심 금융 영역 별 최소한의 표준 상품 포트폴리오 구성

모회사·제휴사 활용 서비스 제공

- 미국: 모회사 captive 고객 기반 활용 전략(Ally Bank, Discover Bank)
- 일본: 비은행/비금융사와의 협업 통한 제휴사 간의 시너지 창출 전략 (SBI Sumishin Net Bank, Rakuten Bank)

Ubiquitous 고객경험 제공

- 모바일 기반, 언제/어디서나 은행 서비스 제공으로 고객 경험 완성

빅데이터 분석을 통한 tailored 상품 및 서비스 제공

- 이종산업의 고객 데이터를 금융 데이터와 융합하여, 고객 니즈를 정확하게 분석

모바일/빅데이터 구현을 위한 산업간 제휴

- 데이터 융합을 위한 금융업체와 ICT업체간 제휴 증가
- ICT업체의 금융업 진출 확산

1.0세대 인터넷전문은행의 성공요건

인터넷전문은행은 모회사 역량 기반의 특화 서비스와 비이자 수익의 비중을 확대시키며 성장

모기업 활용 서비스 제공

모기업의 고객기반/인프라를 활용하여 고객에게 특화된 가치를 전달하며 수익 창출

charles SCHWAB
BANK

- 미국, 2003년 설립
- 모기업: 미국 최대 증권사 Charles Schwab
- 증권 연계 상품 및 온라인 자산관리 서비스를 제공하며 성장

ally BANK.

- 미국, 2004년 설립
- 모기업: 자동차 제조사 GM
- 성공적인 여신 고객 기반을 확보하여 높은 예대비율 달성(자동차 딜러 대상 여신 및 고객 대상 오토론)

고객 유인 후 수수료 수익 창출

고금리 예금으로 고객 유인 후 수수료 수익 창출로 낮은 NIM 마진 보전

egg




- 영국, 1998년 설립
- 고금리 예금, 저금리 대출, 캐시백으로 고객 유인
- 다양한 금융상품 교차 판매로 수수료 수입 확대

R Rakuten

- 일본, 2001년 설립
- 고금리 예금, 다양한 대출 상품, 이체 수수료 무료 등으로 고객 유인
- 그룹 내 커머스 기반 지급결제 특화 및 활성화, 복권 사업 등 신규 수수료사업 지속 발굴

2.0세대 인터넷전문은행의 진화는 현재 진행형

Smart Device 특화 및 핀테크 기술을 활용하여 '고객중심', '개인화 된' 차별화 서비스를 제공하며 진화 중

대표 은행	사업 모델	강점 및 성공전략	
 <p>2009 피도르(독일)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crowd Funding • P2P Lending • User Co-designed Products 	<ul style="list-style-type: none"> • SNS 적극 활용 : SNS 등을 통해 상품 아이디어 및 고객 의견 등록 시 우대 금리 적용 등 보상 제공 → 고객들의 자발적/적극적 참여 유도 	<p>혁신적인 금융상품 + 핀테크 활용</p>
 <p>2013 헬로(프랑스)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 스마트폰/태블릿을 통한 계좌 개설 등 full-banking service 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 속도, 간결함, 상시 사용 가능한 금융서비스 제공 • 계좌번호를 휴대폰 번호나 QR코드로 대체하는 등 고객편의성 확보 	<p>스마트폰을 활용한 고객편의성 극대화</p>
 <p>2011 무븐(미국)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CBW Bank 제휴 및 모바일 기반 예금 수취, 송금 서비스 • 빅데이터 기반 대출상품 판매 	<ul style="list-style-type: none"> • 혁신적 UX기반 모바일 App 서비스 • 예금보호(FDIC) 등 고객 신뢰 확보 • 고객 소비 분석 등 신기술 활용 서비스 제공 	<p>혁신적인 모바일 플랫폼 + 빅데이터 분석 활용</p>

진화사례로 본 성공적인 포지셔닝

1.0과 성공요건을 기반으로, 2.0세대 진화를 주도할 수 있는 역량이 핵심

1.0세대 인터넷은행 핵심역량



비용 경쟁력 확보를 위한 운영 효율화

비이자수익 확보를 위한 비즈니스 모델 확장

단기간 critical mass 달성을 위한 고객 기반

특화된 서비스 창출을 위한 자산 및 역량 확보

2.0세대 인터넷은행 핵심역량



ICT 기술을 활용한 고객 편의성 극대화

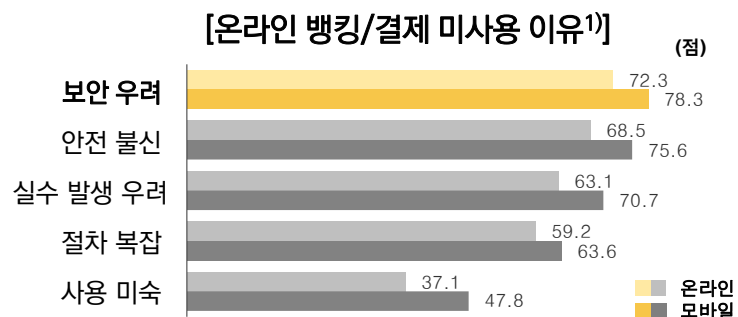
Fin-Tech를 활용한 새로운 고객 경험 창출

혁신적 금융상품 개발을 통한 경쟁력 확보

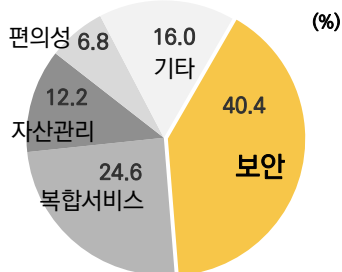
추가 고려요소 ① 보안

강력한 보안체계 구축과 시스템 안정성 확보는 인터넷전문은행 성공의 절대적 전제조건

고객 측면에서 보안의 중요성



[금융기관이 가장 중시해야 할 점²⁾] (%)



인터넷전문은행은 모든 금융거래가 비대면으로 이루어지므로
무결점의 보안 시스템 수립이 필수적

사업 측면에서 보안의 중요성

[주요국 금융회사 정보보안 주요 사고 사례]

	기관	피해시기	주요내용 및 피해규모
국내	한국SC은행	2012.2	외주업체직원 고객 정보 복제 (10만 건)
	한국씨티은행	2013.4	내부직원 고객 정보 복제 (3만 건)
해외	JP Morgan 등 (미국)	2010.7	해킹으로 인한 현금인출 (1,250만 달러)
	Barclays (영국)	2013.1	해킹으로 인한 현금인출 (130만 파운드)

→ 은행업 특성상 보안 사고 발생 시 막대한 손실 발생 수반

시스템 안정성을 확보하고, 금융사기 등 고객 피해 발생 시
철저한 소비자보호 대책이 마련 되어야 함

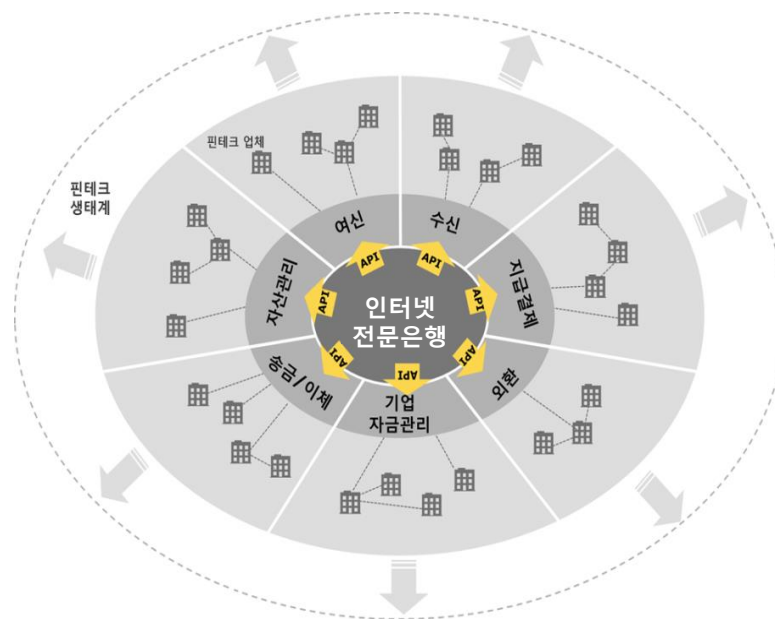
추가 고려요소 ② 오픈 이노베이션

핀테크 혁신을 선도하면서, 소비자를 위한 다양한 모델을 확보할 수 있는, 진화가 지속되는 Platform 기대

영역별 핀테크 사업모델

지급결제	송금	대출	자산관리	보험
온라인 간편결제  ID/PW 입력으로 간편한 온라인/ 모바일 결제	간편송금  계좌번호 입력 및 별도 보안/ 인증 과정 없이 송금	P2P 대출  개인/기업과 개인/기업 간 직접 대출 집행 가능 플랫폼	통합 자산 / 지출 관리  금융 정보를 취합/분석, 자문 제공 및 상품 추천	위치 기반 보험  검색/위치 정보를 통해 니즈 파악 후 적시 보험 추천
오프라인 간편결제  실물 신용카드 대신 모바일 단말기로 오프라인 결제	저가 해외 송금  해외 송금 시 타국 은행 아닌 자국 은행 간 거래	빅 데이터 기반 신용 평가  고객 정보 활용, 빠르고 정확한 개인/기업 신용 평가	투자 자동화  빅데이터 활용, 성향에 맞는 포트폴리오 자동 추천	고객 행태 보험  고객 운동량, 운전 습관 등을 측정하여 가격에 반영
POS  모바일 기기 탈부착 가능 마그네틱 카드 리더기		위치 기반 대출 사례 미존재 고객/위치 정보를 통해 니즈 파악 후 적시 대출 상품 추천	크라우드 펀딩  개인이 소규모 벤처 기업/프로젝트에 일정 금액 후원 후 reward 수취	

OPEN INNOVATION 예시



각 금융서비스 영역의 모듈화를 통해 인터넷전문은행은 하나의 플랫폼으로 혁신을 선도

추가 고려요소 ③ ‘고객중심 / 개인화 된’ 서비스

고객의 불편과 요구를 정확하게 이해하고 해결할 수 있는 비즈니스 구조와 기술역량이 필요

PAIN POINT



인터넷전문은행의 방향

개선 방안

중신용자 금리절벽 현상 등 금융 소외 현상

금융거래 내역 중심의 신용평가

빅데이터 기술을 활용하여 고객에 대한 이해를 높여, 기존의 10등급 신용평가 구조에서 벗어나야 함

- 중신용자 대상 빅데이터 활용 신용평가 정교화
- 빅데이터 기반 선제적 부실경보체계 구축
- 고객편의성 제고를 위하여 대출 프로세스 비대면화/자동화

공급자(판매자)중심 자산관리/금융상품 구조

누구나 쉽고 편리하게 이용할 수 있는 개인화/자동화된 PB서비스를 제공해야 함

- 대중을 위한 자동화된 자산관리 서비스 제공
- 투입인력의 최소화로 원가절감
- 개인에게 최적화된 서비스를 언제/어디서나 제공

중소상공인 자금 조달의 어려움

기업 고객들의 높은 결제수수료 부담

소상공인을 대상으로 원활한 자금 공급 및 사업 지원 솔루션 제공 필요

- 계좌 기반 결제서비스 활성화로 결제 수수료 인하
- 빅데이터 기반 소상공인 전용 여신서비스
- 사업정보/마케팅채널/경영관리(ERP) 솔루션 제공

III. 주요이슈

(2) 인터넷전문은행 시장규모 예측

미국 인터넷전문은행 산업을 통한 국내 시장규모 예측

약 20여개 사, 전체 은행산업 대비 자산 3.9%, 예금 4.3%, 이익 6.9% 등의 비중

미국 인터넷 전문은행 현황 (단위: 억 달러)

은행명	설립연도	총자산	총예금	당기순이익	주요 사업 분야
Charles Schwab	2003	1,056	973.9	7.0	유가증권(ABS 등), 부동산담보대출
Ally Bank	2004	1,008	568.0	8.5	기업대출
Discover Bank	1911	791.2	453.9	18.5	개인대출(신용카드)
USAA Fsb	1983	661.8	588.0	5.8	개인대출(신용카드, 자동차)
Synchrony Bank	1988	461.0	333.4	13.0	개인대출(신용카드)
E*TRADE Bank	1933	445.1	329.3	3.4	유가증권, 부동산담보대출
American Express	2000	430.5	291.8	15.7	기업대출, 개인대출(신용카드)
Barclays Bank	2001	241.6	150.0	1.2	개인대출(신용카드)
CIT Bank	2000	203.3	144.3	0.9	기업대출
GE Capital Bank	1993	198.9	161.6	1.5	기업대출
State Farm Bank	1999	170.2	106.4	0.5	부동산담보대출, 개인대출(자동차)
Sallie Mae Bank	2005	114.8	97.4	1.9	개인대출(학자금)
BMW Bank	1999	99.8	62.1	1.0	개인대출(자동차대출)
Nationwide Bank	1998	60.2	43.8	0.4	부동산담보대출, 개인대출(자동차)
Bofi Federal Bank	2000	48.2	32.6	0.5	부동산담보대출
Principal Bank	1998	21.5	19.5	0.2	유가증권, 부동산담보대출
Colorado Fsb	1990	18.0	12.4	0.1	유가증권, 부동산담보대출
Alostar Bank	2011	9.2	6.5	0.03	기업대출
First Internet Bank	1998	9.2	7.5	0.04	부동산담보대출
Nordstrom Fsb	1991	2.3	0.5	0.9	개인대출(신용카드)
계		6,050	4,383	80.9	
전체 은행 대비		3.9%	4.3%	6.9%	

주1: 총자산, 총예금은 2014.9월말 기준, 당기순이익은 2014.1~9월 기준

주요 인터넷은행

charles SCHWAB
BANK

- 2003년 설립
- 모기업: 미국 최대 증권사 Charles Schwab
- 증권 연계 상품 및 온라인 자산관리 서비스를 제공하며 성장
- 미국 인터넷전문은행 중 최대 규모 (총자산 기준)

ally BANK.

- 2004년 설립
- 모기업: 자동차 제조사 GM
- 성공적인 여신 고객 기반을 확보하여 높은 예대비율 달성(자동차 딜러 대상 여신 및 고객 대상 오토론)

DISCOVER[®]
BANK

- 인터넷은행업 시작 시점: 2000년
- 모기업: 카드사 Discover
- 신용카드 및 신용대출을 취급
- 미국 인터넷전문은행 중 수익성 상위권

미국보다는 한국의 인터넷전문은행 시장규모가 확대될 가능성 존재

1.0세대가 주류인 현 미국보다 높은 비중이 예상되는 이유는 2.0세대가 활성화 가능성과 추가 잠재시장 존재

한국과 미국은 다르다

미국 전체 은행 대비 인터넷 전문은행 비중	총자산	총예금	당기순이익
	3.9%	4.3%	6.9%

- 1) 현재 미국 인터넷은행은 여전히 1.0세대 중심
- 2) 저금리 기조, 기존 금융기관 비효율은 한국형 인터넷 은행에 기회
- 3) 국내 1금융권의 보신주의로 상당한 규모 잠재시장이 제2금융권에 존재

	총자산	총예금	당기순이익
시나리오1 (미국시장점유율X1)	3.9%	4.3%	6.9%
시나리오2 (미국시장점유율X1.5)	5.9%	6.5%	10.3%
시나리오3 (미국시장점유율X2)	7.8%	8.6%	13.8%

As-Is
미국 인터넷은행

To-Be
한국의 인터넷은행

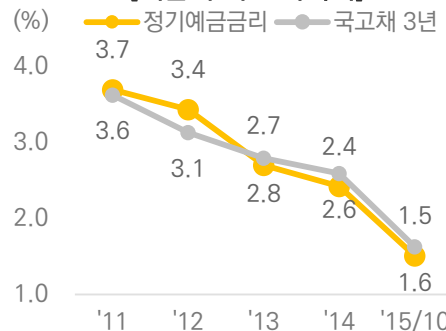
1.0세대

인터넷 보급에 따라 전자매체를 활용,
접근성과 가격경쟁력 확보

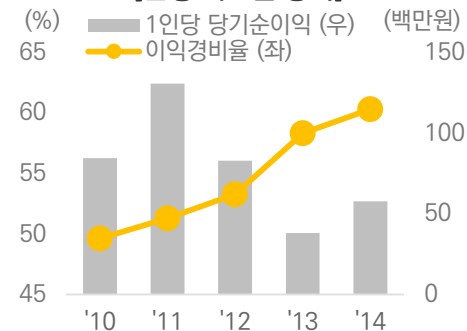
2.0세대

기술 발달에 따라 보다 발전된 서비스로
접근하지 못했던 기존 금융권 침투

[저금리 기조 가속화]



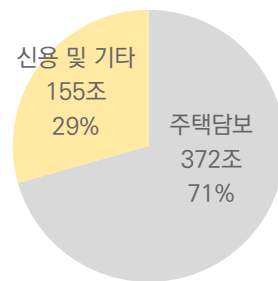
[은행 비효율 증가]



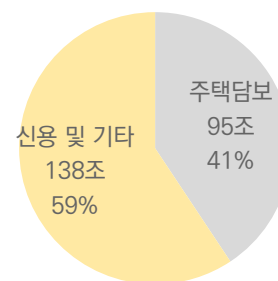
소비자의 변화, 기존 금융의 취약점으로 혁신요소 반영 시 시장 전체의 급격한 변화 예상

→ 인터넷은행의 비중 기존 보다 확대될 것

[은행의 가계대출 구성]



[제2금융권의 가계대출 구성]



현재 한국의 은행은 低리스크
영업을 과도하게 추구,
적재적소에 자금 공급이라는
본질적 기능 못하는 상황

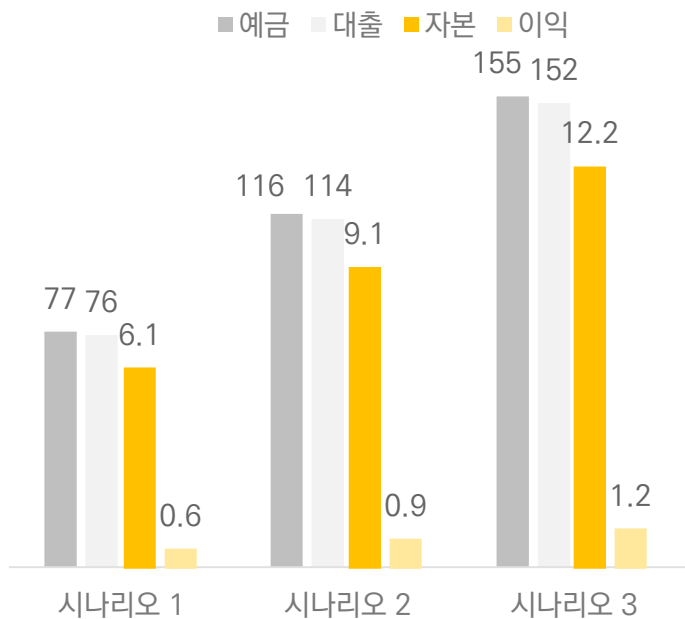
→ 인터넷은행의 추가 잠재시장

국내 인터넷전문은행 대출 114조, 이익 0.9조 예상

미국시장 대비 활성화 가정시, 기존 금융권 신용대출 시장 19% 수준 침투 가능할 전망

국내 인터넷전문은행 사업규모 추정

(단위: 조원)	예금	대출	자본	이익
국내은행(상호금융 포함)	2,791	1,564	125	8.8
시나리오 1*	77	76	6.1	0.6
시나리오 2*	116	114	9.1	0.9
시나리오 3*	155	152	12.2	1.2

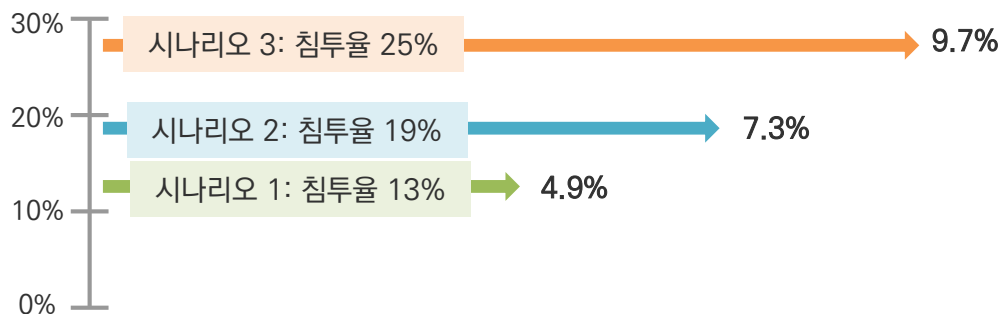


*시나리오 1, 2, 3 = 미국시장점유율 x1, x1.5, x2

기존 금융권 신용대출 시장 경합규모 추정

1금융권 신용대출 추정 시장규모 (단위: 조원)		2금융권 신용대출 추정 시장규모 (단위: 조원)	
은행(상호금융 포함)	146	현금서비스	5.9
신용협동조합	15	카드론	19
상호금융	84	대부잔액(신용)	9.4
새마을금고	28	대부잔액(담보)	1.8
계	274	저축은행	6.1
		계	42

(기존 신용대출 시장 침투율)



인터넷전문은행, 안정화 단계 이후 적정개수는 9개

시장가치 기준으로 총 7.3조 규모 산업. 점유율은 장기적으로 지속 상승될 것

	자산	예금	대출	이익	자본	시가총액	적정 개수*
시나리오1	108.9	77.3	76	0.6	6.1	4.9	6개
점유율 (미국시장점유율X1)	3.9%	4.3%	4.9%	6.9%	4.9%		
시나리오2	163.3	115.9	114	0.9	9.1	7.3	9개
점유율 (미국시장점유율X1.5)	5.9%	6.5%	7.3%	10.4%	7.3%		
시나리오3	217.7	154.6	152	1.2	12.2	9.7	12개
점유율 (미국시장점유율X2)	7.8%	8.6%	9.7%	13.8%	9.7%		

*개별 은행 자본을 1조로 가정

Ⅲ. 주요이슈

(3) 인터넷전문은행 해외확장 가능성

국내 모바일 환경에 대한 글로벌 관심 지속

다양한 혁신들이 모바일을 기반으로 발생. 인터넷전문은행 역시 차별화된 고객경험을 제공할 수 있는 환경

Life.Sreda and Marvelstone to spend \$20M on fintech startups, beginning with South Korea

- 2015.07.01 Tech in Asia

Venture capital firm Life.Sreda's quest to find and invest in fintech startups will take it to South Korea, according to an announcement by the company. ... The two investment firms chose to look at South Korea in closer detail because of **the healthy fintech ecosystem** in the country. **The technological innovation seen in the South Korean banking sector is also a major factor**, according to Life.Sreda's managing partner, Vladislav Solodkiy. ...

Facebook Accelerating Moves in Korea, Putting Korean Mobile Industry on Edge

- 2015.06.08 Business Korea

Facebook is accelerating its moves in Korea, as shown by the announcement of its willingness to make an investment in small and medium-sized enterprises (SMEs) in the country. ... Facebook is expected to start numerous services in the country based on **its huge popularity in the mobile environment**, in addition to the mobile ad business. ...

The South Korea Report: Device and App Trends in The First Saturated Device Market

- 2013.10.14 Flurry Insight

In August of this year Flurry Analytics measured 33,527,534 active smartphones and tablets in South Korea. While that was only 2.8% of the entire worldwide connected device installed base Flurry measures, **South Korea is an important market** for connected devices for several reasons. First, **it is the first connected device market in the world to approach saturation**. ...

스마트폰 침투율과 사용률은 글로벌 상위 수준으로 이를 기반으로 한 금융 산업의 발전이 기대됨

기존 국내 금융회사의 해외진출 결과는 부진

국내 규제에 최적화된 비즈니스 경험과 글로벌 플레이어들 대비 경쟁력 부족이 가장 큰 원인

국내은행 해외점포 현황

구분	14년말
아시아	107
중국/홍콩	15/12
베트남/미얀마	18/8
유럽	22
영국/독일/러시아	7/3/5
북미	19
미국	15
기타지역(중남미 등)	14
총합	162

- 전년대비 10개 증가(2014년 중 점포 14개 신설, 4개 폐쇄)
- 은행권의 해외 자산 비중: 4.7%
- 은행권의 해외 수익 비중: 7.8%
- 한국 교민과 기업이 모인 지역을 중심으로 해외 영업망 구축
- 해외점포의 현지화 미흡으로 수익성 제한

은행권 해외진출 실패 사례

1 K은행 카자흐스탄 현지은행 인수

- 목표: CIS지역 진출 거점 마련(2008.8월~ 2010.2월중)
- 투자규모: 9,541억원(지분율 29.6%, 2대 주주)
- 경과: 서브프라임 사태 이후 카자흐스탄 은행들의 해외 차입 난항 → 유동성 위기 → 금리 상승, 대출 감소 → 부동산 경기 급랭 → 대출자산의 건전성 악화 → 은행 부실 증가
- 2013년 6월 말 기준 보유지분 장부가: 1,858억원
- 7,683억 원(투자금액의 80.5%) 손실

2 S증권 홍콩 현지법인 설립

- 목표: 아시아지역 주요 투자은행(Regional IB)으로 성장(2009.8월)
- 사업영역 확대: 한국물 중개 → 홍콩/싱가폴/대만 증시 주식 중개, IB업무 강화
- 투자 확대: 2009년 초 자본금 \$1억 증자(본사 자본금의 30%), 인력증원 9명(2008년말) → 127명(2011.9월말)
- 손실확대: 금융위기 여파로 주식거래량 감소, 고비용 인건비
- 3년 누적 손실 \$1.1억(납입자본의 91.9%)→2012년 철수

인터넷전문은행의 해외 확장 용이성

표준화된 범용성을 바탕으로 높은 확장 가능성 보유. 핵심은 모바일이며, 감독규제 역시 동조화 과정 진행전망

해외 확장의 용이성

1 범세계적으로 통용되는 인터넷/모바일 서비스 이용방식에 따라 설계되어 고객의 수용도 높음

- 고객이 이미 익숙한 UX에 기반해 구축해, 이용 방식에 쉽게 적응 가능

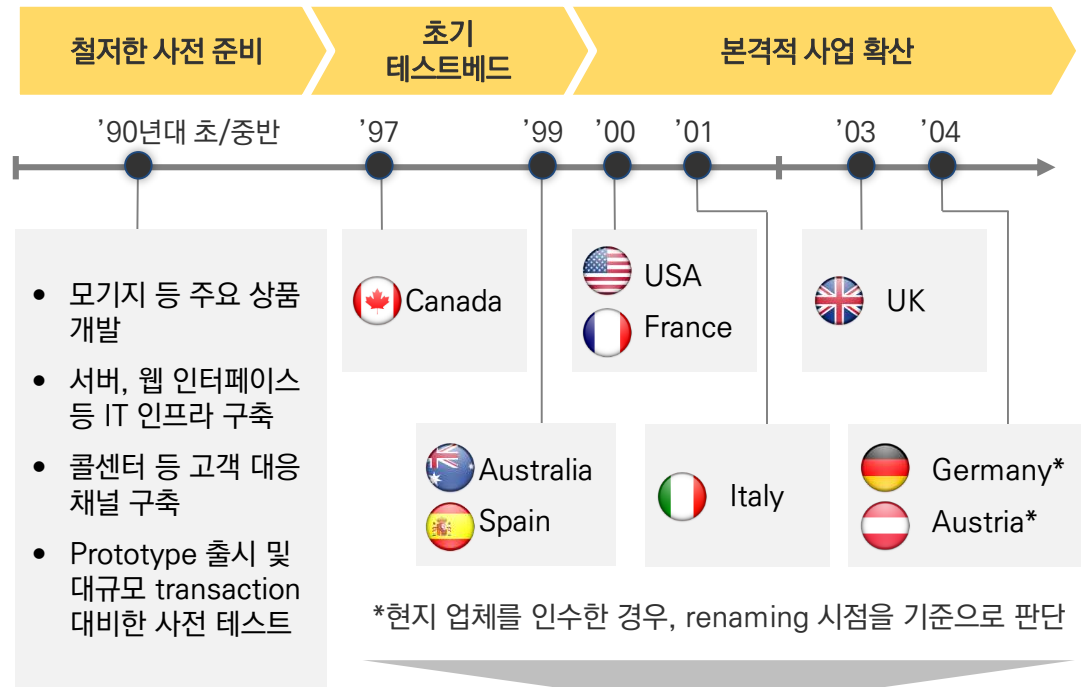
2 표준화된 시스템 활용해 적은 비용으로 빠른 해외 진출 가능

- 한번 시스템을 개발하면, 국가별 환경에 맞춰 일부만 수정해 다른 국가 용도로 활용 가능

3 물리적 고객 접점을 구축할 필요성 없음

- 모바일 채널이 고객과의 접점이고, 마케팅 목적의 소수 flagship store만 필요
- ATM 네트워크는 현지 은행과의 제휴 등으로 확보 가능

ING DIRECT의 해외 확장 사례



**타 국가 진출 시 캐나다와 동일한 IT 인프라 사용
→ 비용 및 인프라 구축 시간 단축**

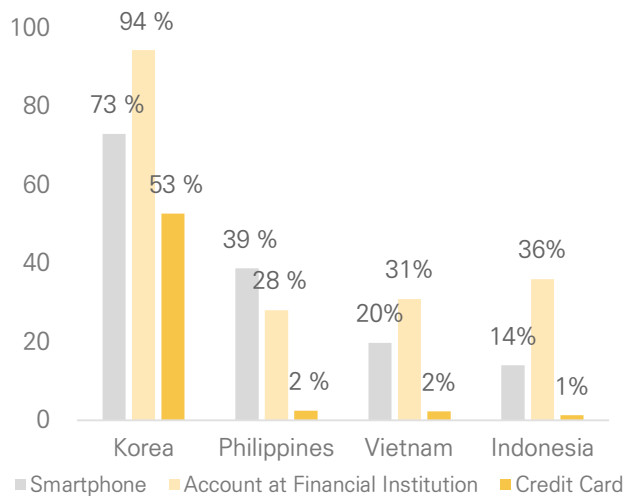
특히, 한국형 인터넷전문은행에게 기대할 수 있는 해외 확장성

2.0세대 인터넷전문은행 성장에 가장 적합한 환경. 오픈 플랫폼 기반 혁신을 선도하여 기술기반 진출 기대

우호적 성장 환경

금융/모바일의 고도화된 환경에서 확인된
신금융의 기회는 동일한 성장경로가 발생될
해외로의 이식가능성이 높음

[스마트폰/금융기관계좌/신용카드 침투율]



모바일에 최적화된 금융 서비스로
빠른 성장 기대

오픈 플랫폼으로 혁신 선도

기존 은행의 사업 범위를 포괄하며 오픈
플랫폼으로 광범위한 금융서비스 제공함



2세대 인터넷전문은행으로 시장에 진입하여
기존 은행의 영역까지 흡수 가능

기술 기반 진출

차별화된 가치는 기술력에 기반하며, 핵심
기술은 다양한 환경에 적용 가능함



혁신 기술을 토대로 현지화된 서비스 제공

Ⅲ. 주요이슈

(4) 인터넷전문은행 활성화를 위한 제반요건

A. 정책과제 개선 마무리

금산분리를 비롯한 개선 정책과제들에 대한 논란은 여전히 지속되는 중. 반쪽 인터넷전문은행에 대한 우려 상존

	규제내용	문제점	개선논의
법체계	Positive형 규제	유연하고 민첩한 대처 어려움	Negative형 규제
금산분리	산업자본 지분한도 4%	IT업체 등 진입 어려움	지분한도 확대 논의
최소자본금	시중은행 기준 최소 자본금 1천억원	스타트업 및 이종사업자 진입 어려움	자본금 부담 완화 논의
금융실명제	계좌 개설 시 대면 확인 필수	온라인 계좌 개설 불가능	비대면 실명 인증 논의
계열사 정보활용	고객 동의 없이 활용 불가 일부 정보의 수집/공유 가능	복합 서비스 제공 어려움 빅데이터 기반 활성화 불가능	금융기관 건의 및 감독당국 지원의지 표명

* 은행법 개정안 발의

신동우 의원(2015.7.3): 인터넷전문은행 최소자본금 250억원 / 상호출자제한기업집단 제외 산업자본의 인터넷은행 주식보유한도 50% 허용

김용태 의원(2015.10.2): 상호출자제한기업집단의 은행 지분 소유한도 현행 4%에서 50%로 상향조정

A. 정책과제 개선 마무리

선진국들은 상대적으로 진입의 장벽을 낮추고 사후적/시장친화적 규제방식 견지

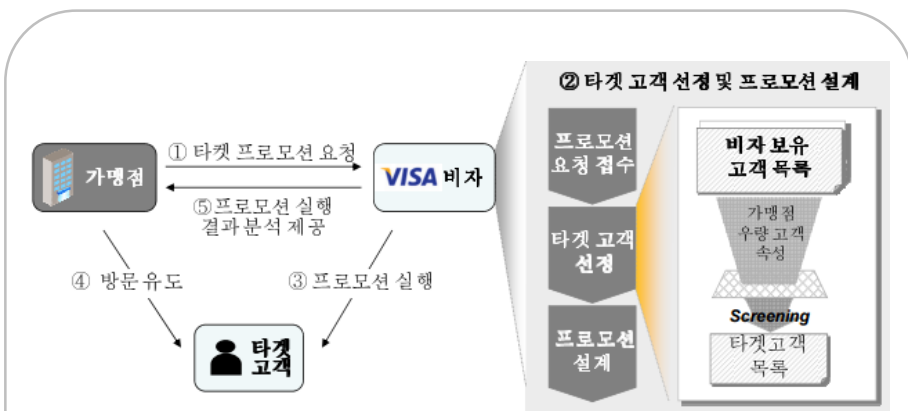
	미국	일본	영국
법체계	Negative형 규제	국내와 유사 최근 빠르게 규제완화 진행 중	Negative형 규제
금산분리	산업자본 지분한도 25%	20% 이상 매입시 금융당국 허가	비금융기관의 은행지분소유를 직접적으로 제한하고 있지 않음
최소자본금	100만달러	20억엔	100만 파운드
금융실명제	대면확인 의무 없음	대면접촉 의무 없음	대면확인 의무 없음
보안성심의	정부개입 없이 업체가 전적으로 책임지고 자율적 보안 모니터링	정부개입 없이 업체가 전적으로 책임지고 자율적 보안 모니터링	정부개입 없이 업체가 전적으로 책임지고 자율적 보안 모니터링
계열사 정보활용	고객 동의 없이 계열사 등과 고객정보 공유 허용	고객 동의 없이 계열사 등과 고객정보 공유 허용	고객 동의 없이 계열사 등과 고객정보 활용 불가

B. 빅데이터 산업 활성화

2.0세대 인터넷전문은행의 핵심은 고객에 대한 이해를 바탕으로 한 개인화된 금융서비스 제공. 빅데이터가 해답

VISA

- 고객별 맞춤형 실시간 추천 서비스
- 빅데이터 분석을 통한 마케팅과 리스크 관리



Real time messaging

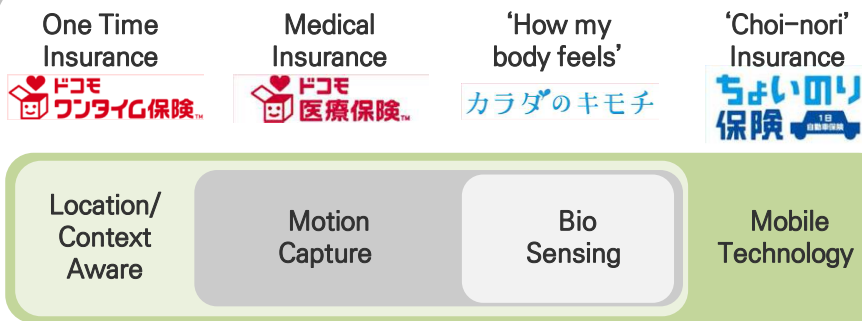
- ✓ 고객 동의 하에 타겟 고객의 결제위치, 시간, 구입품목 등을 실시간으로 파악
 - 구매이력 및 성향 파악
 - 가맹점 결제시 인근 가맹점 할인 쿠폰 발송

리스크 관리

- ✓ 위험모델 세분화로 특정 거래타입, 부정타입을 명확하게 확인

도쿄마린 & NTT도코모

- 통신 빅데이터 기반 보험상품 → 도쿄모 원타임 보험



위치기반 빅데이터 특화 보험

- ✓ 일본 내 최대 통신사인 NTT도코모가 제공하는 빅데이터를 바탕으로 상품 공급
- ✓ 기지국 통해 사용자들의 위치정보 확인
 - 시간대별 인구 밀집도 및 사용자들의 이동 경로 등을 파악
 - 적시적소에 보험상품을 휴대폰 메시지를 통해 권유 및 판매

도쿄모 원타임 보험

- ✓ 레저보험, 골프보험, 해외여행보험, 국내여행보험, 일일자동차보험

B. 빅데이터 산업 활성화

빅데이터 활성화를 위해 제반 규제들에 대한 검토가 필요. 합리적/사후적 접근 필요

현황

합리적 개선방향

신용정보 범위 명확화

- 식별정보, 거래내용, 신용도, 신용능력, 공공정보에 해당 시 비식별과 무관하게 신용정보로 분류

- 비식별정보의 개인신용정보에서 제외 필요

비식별정보 활용 가능여부 명확화

- 신용정보는 동의 받은 목적으로만 활용 가능

- 비식별화할 경우 동의 목적 외 이용 가능 필요
- 동시에 기술적 보호조치, 비식별 정보의 재식별 금지, 프라이버시 보호 등 규제 강화 필요

적용 법률의 명확화

- 핀테크 산업은 신용정보법, 정보통신망법, 개인정보보호법 적용
- 신용정보법과 개인정보보호법은 특별법 일반법 관계

- 신용정보법과 정보통신망법 사이 일반법-특별법 관계 명확화 필요

사전 동의 규제 합리적 개선

- 신용 정보를 매번 이용자 동의 받아야 제공할 수 있음

- 계약 체결 및 이행 위한 최소한 정보는 사전 동의를 면제하되 유출·오남용시 사후규제를 엄격히 하는 방향으로 합리화 필요

형사처벌 규정의 합리적 개선

- 업무상 부주의로 미동의 개인신용정보 수집·제공 시 임직원 형사처벌

- 업무상 부주의는 엄격한 조건으로 완화 필요
- 시정명령 불이행의 경우 형사처벌로 완화 필요

개인 신용정보 파기 규정의 합리적 개선

- 상거래 관계 종료일로부터 예외 사유가 인정되지 않는 한 정보주체에게 이익이 되는 정보도 삭제의무가 발생

- 개인 신용평가지 이익이 되는 정보는 예외사유로 포함할지 여부 검토 필요

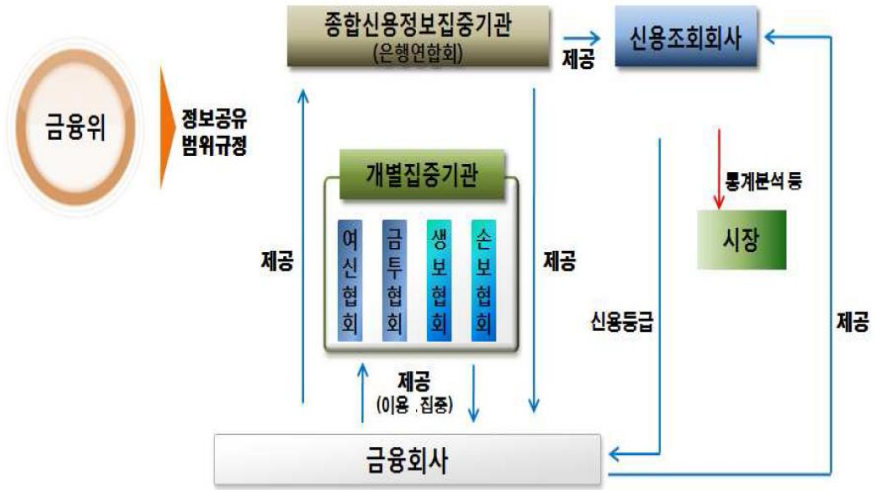
B. 빅데이터 산업 활성화

규제개선과 병행하여 빅데이터 인프라 구축이 필수. 신용정보중앙집중기관과 금융권 Open Platform이 시작점

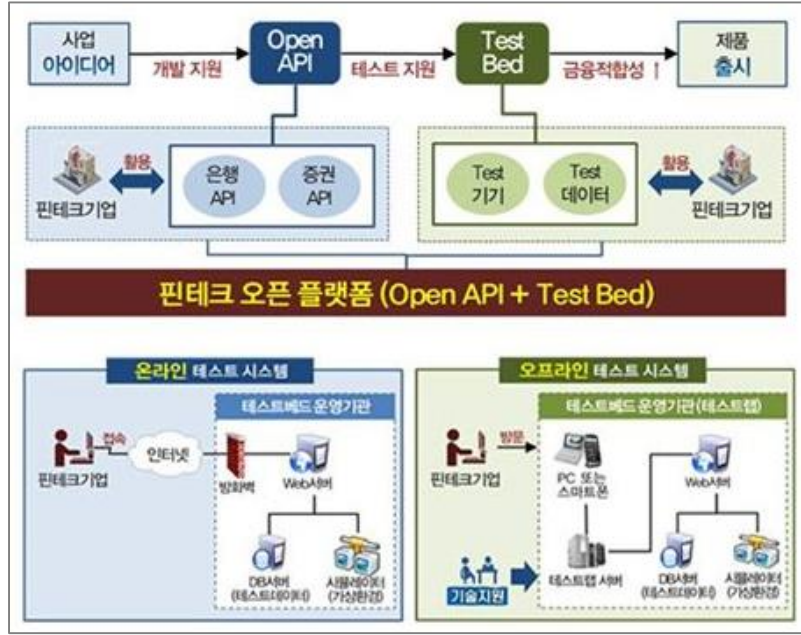
신용정보중앙집중기관 설립

(현행) 5개 신용정보집중기관에서 신용정보집중 · 관리

(개정) 종합신용정보집중기관으로 통합 예정(16.3월)
→ 금융권, 핀테크 기업 등 빅데이터 업무활용 지원



금융권 공동 핀테크 오픈플랫폼 구축



- 세계 최초 17개 시중은행, 17개 증권사, 금융 공기관, 핀테크 기업이 참여하는 새로운 핀테크 생태계
- 금융위원회 주도 2016년 상반기 오픈 계획
- 은행권 API(금융결제원 주관): 송금, 잔액 조회 등
- 금융투자업 API(코스콤 주관): 시세조회, 분석 등

B. 빅데이터 산업 활성화

국가차원의 미래전략적 측면에서 빅데이터 산업에 대한 글로벌 관심은 지속 증가하는 국면

해외 개인정보보호와 빅데이터 활용

- 영미법계, 대륙법계 국가 모두 비식별정보를 개인정보로 취급하지 않아 빅데이터로 활용 가능
- 미국은 전통적으로 시민의 알 권리를 우선하며, 정보활용에 대해 비교적 관대한 입장을 고수 중
- 미국 소비자 프라이버시 권리장전에서도 비식별정보는 개인정보로 취급하지 않음
- 미국, 독일 등 대부분의 선진국은 자율성이 강조되어 개인 정보의 비식별화 지침 등을 마련한 경우는 없음

해외 빅데이터 지원정책

미국

- 빅데이터 활용 촉진을 위한 개인정보유출 등의 위험 최소화 노력
→ 빅데이터 기술 통한 이익 극대화와 개인정보보호 조화 방향으로 추진(데이터남용법, 전자커뮤니케이션 프라이시법 개정 등)
- 기술개발 및 인력양성을 위한 방안수립 진행

영국

- 정부: 공공부문 데이터 공유 및 활용을 활성화하는 오픈데이터 정책 추진
- 데이터에 대한 수요와 공급을 전담할 수 있는 체계 구축
- 데이터 전문인력 양성 강조

일본

- Active Japan 계획(2012)
→ Active Data: 빅데이터를 국가 자산화. 성장동력 육성
→ Active Communication: 연관 산업 육성 추진
- Open Data 정책 적극 추진
→ 공공기관 보유 데이터 공개
→ 정보통신 기술전략 공정표 개정안

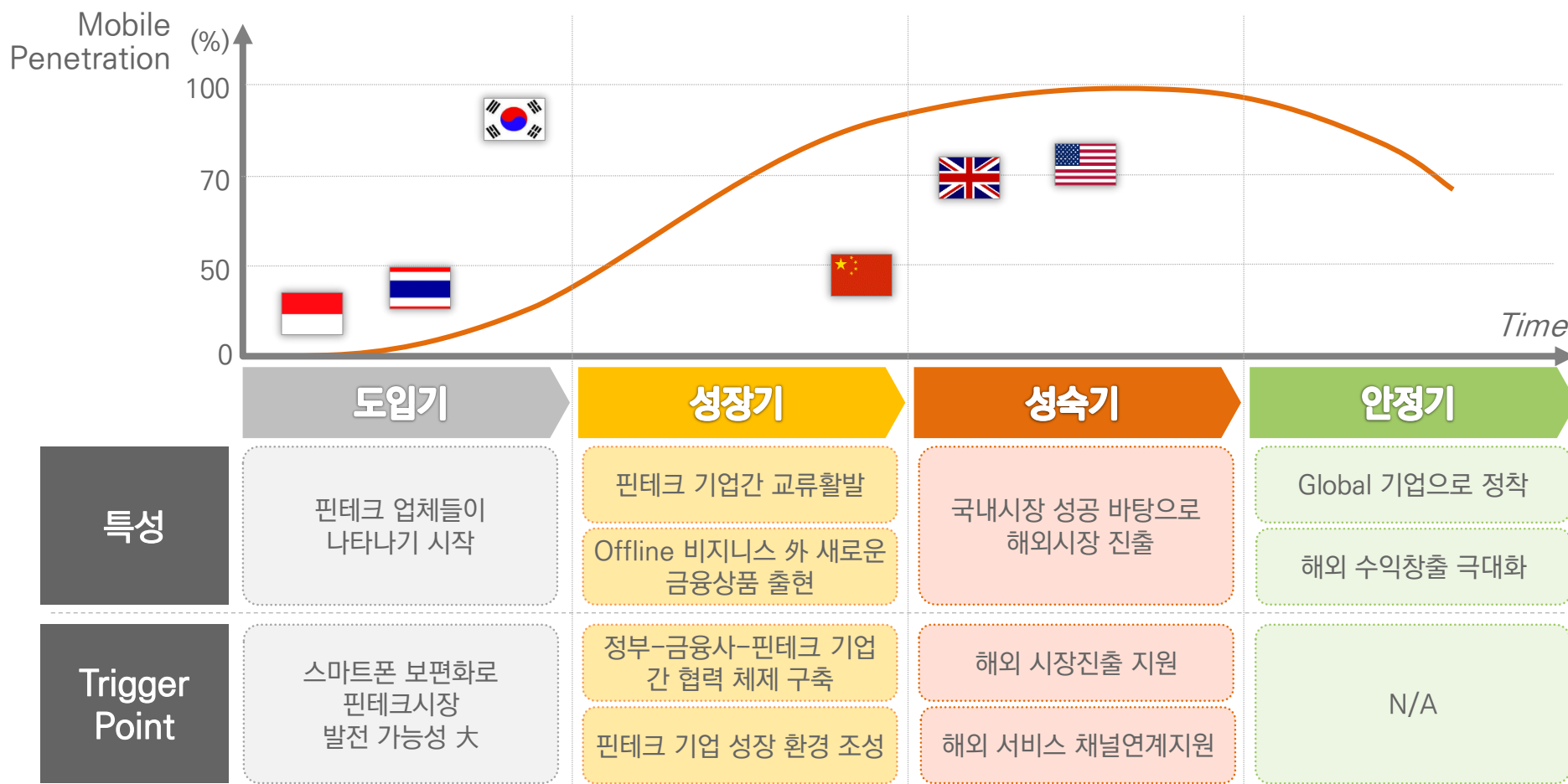
C. 핀테크 산업 활성화

2.0세대 인터넷전문은행 주도를 위해 핀테크 산업 활성화는 전제요소. 초기단계이지만 빠른 고도화 육성 필요

지급결제	펀딩/대출	자산관리	데이터/인프라	인터넷은행
Devign Lab KORBIT coinstack 국내 최대 비트코인 거래소 bithumb Toss moving cart ud (주)유디아이디 한국NFC JTNet PayGate YELOPAY KakaoPay Kpoy SAMSUNG pay SSGPAY.	hf Honest Fund PEOPLETUND LENDIT. 8 percent pop funding OHMYCOMPANY FOR SOCIAL ENTERPRISE & GOOD INVESTMENT Dpportune GOOD FUNDING CFun K-funding THE BRIDGE Value of togetherness FUNDING21 openTrade Money Auction WADIZ WEGENERATION	NEWSY STOCK QUARTERBACK LAB Expertise in Global Asset Allocation rainist yello Financial Group QUARTERBACK TECHNOLOGIES Expertise in Global Asset Allocation 마이리얼플랜 SNEK ASTOCK	Solidware We turn data into value. KCB NEURO ASSOCIATES+ yello Financial Group Leevi CommerceLab Nomad Connection THECHEAT SCI Global Security Partner KTBSOLUTION AT solution Advanced Technology Solution koscom	INTERPARK yello Financial Group NH투자증권 웰컴저축은행 Welcome Savings Bank 현대해상 ENTERTAINMENT 우리은행 IBK 기업은행 KB GS SHOP KAKAO olleh kt KG Inicis KYOBO

C. 핀테크 산업 활성화

최근 핀테크에 대한 정부/금융기관/투자자들의 관심 증가국면. 전략적인 육성 체계화 필요



D. 금융상품 판매시장 혁신

인터넷전문은행이 고객들에게 제공할 수 있는 또 하나의 새로운 경험은 금융상품 판매의 혁신

금융기관별 판매실적

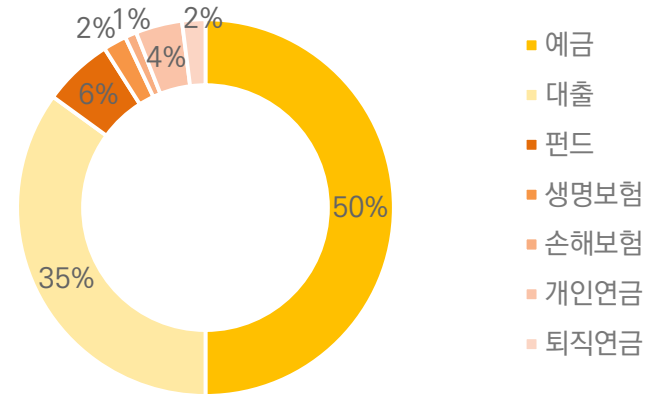
(조원, %)	시장규모	비중			
		은행	증권*	보험	기타
수신**	2,791	49%	21%	27%	3%
대출	1,964	79%	1%	8%	12%
펀드	359	25%	73%	2%	0%
생명보험	111	16%	1%	76%	8%
손해보험	75	7%	0%	88%	5%
개인연금	216	6%	2%	92%	0%
퇴직연금	107	49%	12%	35%	0%
합계	5,623	55%	16%	23%	6%

*증권: 증권, 선물, 자산운용 합계

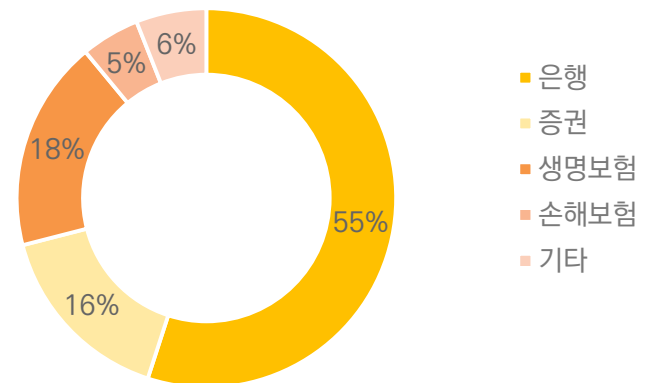
**수신: 예금, 금전신탁, 투자자예수금, CMA수탁금, 투자신탁, 책임준비금 등

- 전체 금융상품 판매실적 5,622조원
- 은행
 - ✓ 판매비중 55%로 타 금융업권 대비 높은 비율
 - ✓ 특히, 수신/ 대출/ 퇴직연금의 판매비중이 압도적
- 증권
 - ✓ 펀드, 보험은 보험과 개인연금에서 두각
- 기타
 - ✓ 2금융권과 대출 및 보험 모집채널 포함
 - ✓ 규모 6% 수준 → **제조회사 직접판매 규모 94%**

[금융상품별 판매 비중]



[금융기관별 판매 비중]



D. 금융상품 판매시장 혁신

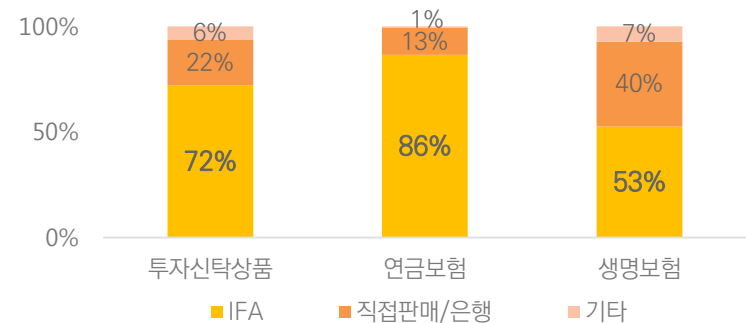
은행 기본 상품의 제조에 충실하며, 그 외 금융상품들에 대해서는 판매 Platform으로서의 역할 필요

금융상품전문판매업 (2008년, 금융위 국가경쟁력강화위원회)

의의	<ul style="list-style-type: none"> 생산자인 금융회사와 금융소비자를 매개하여 금융상품 유통을 업으로 하는 것 금융회사에 종속되지 않고 여러 금융업권 및 금융회사의 다양한 금융상품 판매 가능
현황	<ul style="list-style-type: none"> 생산자인 금융회사 입장에서 개별적으로 금융상품 판매 관리 다양한 비교/구매가 사실상 불가능
개선방안	<ul style="list-style-type: none"> 금융상품 생산자와 분리/독립된 금융상품 전문판매업 도입 법인형태 뿐 아니라 개인금융자영업자 허용
필요성	<ul style="list-style-type: none"> 소비자 금융접근성 및 One-stop 종합 컨설팅 제고 소비자 Needs가 상품생산과정에서 적극적 반영 판매시장 경쟁활성화 및 산업 전문인력 양성 및 고용창출
진행	<ul style="list-style-type: none"> 2009년 업권 참여 TF 운영 2009년 법률안 국회제출 무산
비고	<ul style="list-style-type: none"> 금융소비자보호에관한법률 상정(2012년) → 전체 금융상품에 대한 자문 독립투자자문업자(IFA)제도 논의(2014년) → 금융투자상품에 국한된 자문

영국 IFA(독립금융자문업) 사례

[영국 주요 금융상품의 판매채널 비중]



발전

- 1988년 금융서비스법 시장 이후 IFA가 주요한 판매채널로 등장
- 양극화규정(Polarisation Rule)도입으로 IFA는 모든 금융회사 상품 취급 가능
- 독립규제기관인 FIMBRA 등록 필수 → 2000년 FSA로 통합
- 2005년 양극화규정 폐지 → 판매채널로 여러 금융회사에 종속되는 다자간대리점(Multi-Tied Agents) 형태 가능
- 주요판매채널: 2005년 이후 IFA, 다자간대리점, 전속대리점

현황

- 양극화규정 폐지 이후에도 IFA가 금융상품 판매에 주도적 위치
- 개인/법인 형태로 보험, 투자상품 모두 취급
- 보험상품의 60%, 투자상품의 70% 수준 판매점유

IV. 마치며

IT와 금융의 융합은 이미 거스를 수 없는 흐름

터키의 DenizBank, 혁신은 글로벌 도처에서 진행 중. 점차, 그 속도가 빨라지고 있는 상황

금융 혁신은 이미 일어나고 있다

미래의 은행 서비스일까?

- 페이스북 ID/PW 통한 은행 서비스
- 페이스북 내: 계좌 및 구매내역 조회
- 페이스북 내: 신용카드 및 대출 신청
- 페이스북 내: 친구들에게 송금 가능
- 트위터를 통한 무서류 대출

→ 터키 **DenizBank**의 사례

→ 2012년 1월 페이스북 지점 개설 등

적극적인 **IT-금융간의 융합으로**

빠른 속도로 성장

→ 2012년 6월, 러시아 최대 은행

Sber Bank가 터키 DenizBank를

장부가 대비 1.4배 가격으로 인수

DENIZ BANK

Facebook 지점



Facebook Banking/마케팅 성공 사례



Success Story

Growing interest in Facebook banking

DenizBank brought social media and banking together by launching a Facebook banking branch in Turkey, which is now regularly used by 10% of its online banking customers.

10%
of DenizBank's online banking customers regularly use the app

150,000+
people used the app within two weeks of the media blast

3M+
viral impressions

Their Story

Complete financial services under one roof

Founded in 1997, DenizBank is a private bank in Turkey with a comprehensive financial service network serving all segments of Turkish society. It has over 600 domestic branches, as well as one in Bahrain and 17 in Moscow.

패러다임의 변화 국면에서는 유연한 사고와 접근이 필요

2012년 Joyn, 기존 경쟁논리와 시각으로 거대한 기회를 상실



JOYN의 실패요인

이동통신 3사의 힘을 모으긴 모았지만...

- 다양한 이해관계가 얽혀있고, 정부가 요구하는 소비자 보호조항 때문에 **선점이 이루어지고 한참이 지나고 나서야 출시**. 게다가, 출시와 동시에 **유료서비스로 전환** 계획 발표
 - 소비자 니즈에 발빠른 대응 하지 못하며, 급속히 진화했던 카카오톡 대비 경쟁력 점차 악화
- 급격한 패러다임 변화에서 기존 경쟁논리 적용
→ 고객보다는 기존 사업관점의 의사결정 진행

디지털 금융의 진화는 향후 지속될 Trend

인터넷전문은행 도입은 종착점이 아닌 진행의 여정. 이해당사자들의 거시적 시각이 필요한 시점

디지털 금융의 진화

