

ISSUE MONITOR

공룡들의 전쟁터가 된 금융산업
: 본격화된 빅테크의 금융 진출

January 2021 | 제135호

삼성KPMG 경제연구원

kpmg.com/kr

공룡들의 전쟁터가 된 금융산업: 본격화된 빅테크의 금융 진출

Issue Monitor | January 2021

Contacts

삼성KPMG 경제연구원

최연경

선임연구원

Tel: +82 2 2112 7769

yeonkyungchoi@kr.kpmg.com

김규림

이사

Tel: +82 2 2112 4089

gyulimkim@kr.kpmg.com

곽호경

수석연구원

Tel: +82 2 2112 7962

hokyungkwak@kr.kpmg.com

본 보고서는 삼성KPMG 경제연구원과 KPMG Member firm 전문가들이 수집한 자료를 바탕으로 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 보고서에 포함된 자료의 완전성, 정확성 및 신뢰성을 확인하기 위한 절차를 밟은 것은 아닙니다. 본 보고서는 특정 기업이나 개인의 개별 사안에 대한 조언을 제공할 목적으로 작성된 것이 아니므로, 구체적인 의사결정이 필요한 경우에는 당 법인의 전문가와 상의하여 주시기 바랍니다. 삼성KPMG의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제할 수 없습니다.

Contents

국내외 빅테크 기업이 플랫폼을 통한 고객 기반, 고도의 기술력과 자본력을 무기로 금융업에 진출하면서 금융업의 경쟁 구도를 재편하고 있다. 한편, 규제 패러다임은 빅테크의 금융업 진출에 따른 리스크 관리와 금융소비자 보호 강화, 디지털 금융과 혁신 촉진을 동시에 추구하는 방향으로 변모 중이다. 이에 본 고에서는 국내외 빅테크 기업의 금융업 진출과 이로 인한 금융생태계의 경쟁구도 변화, 규제 흐름을 조망하여 금융산업 내 플레이어에게 시사점을 제언하고자 한다.

| | Page |
|-----------------------------------|-----------|
| Infographic Summary | 3 |
| FinTech 3.0 도래와 빅테크 기업의 부상 | 4 |
| FinTech 3.0 시대의 도래 | 4 |
| 빅테크 기업이란 무엇인가 | 5 |
| 빅테크 기업의 금융업 진출 배경과 강점 | 7 |
| 해외 빅테크 기업의 금융업 진출과 현재 | 15 |
| 해외 주요 빅테크 기업의 금융업 진출 | 15 |
| 미국 빅테크 기업 동향 | 16 |
| 중국 빅테크 기업 동향 | 20 |
| 글로벌 빅테크 관련 규제 동향 | 23 |
| 국내 빅테크 기업의 금융업 진출과 경쟁 본격화 | 27 |
| 금융사-빅테크-핀테크의 격전지가 된 국내 금융산업 | 27 |
| 국내 빅테크 기업 동향 | 28 |
| 국내 빅테크 관련 규제 동향 | 31 |
| 국내 금융산업, 본격적인 경쟁의 서막 | 33 |
| 결론 및 시사점 | 36 |
| 빅테크의 진입에 따른 금융산업의 지형 변화 | 36 |
| 금융기업에 대한 시사점 | 37 |
| 빅테크에 대한 시사점 | 39 |

Infographic Summary

금융 생태계 변화로 인한 위기와 기회



금융산업 이해관계자들을 위한 제언



금융사

- 고객 접점 재정의와 플랫폼 강화
- 본연의 경쟁력 우위 상품 개발
- 공생 및 경쟁력 확보 방안 모색
- 차별화된 기술 획득
- 금융 인프라 창출 역량 기반 해외 진출



빅테크

- 규제 모니터링으로 환경 변화 대응
- 금융안정성 확보
- 금융소비자보호를 위한 선제적 준비
- 혁신서비스 창출과 투자로 차별화

FinTech 3.0 도래와 빅테크 기업의 부상



FinTech 3.0 시대의 도래, 리번들링의 본격화로 빅테크 기업의 금융업 진출이 활발



FinTech 3.0 시대의 도래

금융산업은 경제·산업에 미치는 영향이 지대하여 높은 수준의 자본력, 인적·물적 요건 등이 필요하여 진입장벽이 높고 보수적인 영업을 지향하기에 혁신이나 빠른 변화가 어려운 산업으로 평가되어 왔다. 그러나 IT 기술과 혁신성, 민첩성을 탑재한 핀테크(FinTech)의 등장으로 금융산업의 독점적 지위에 균열이 생기기 시작했다. 핀테크는 기존 금융서비스와는 다른, 개인화되고 편의성이 높은 서비스를 출시하면서 기존 금융산업의 변화를 불러일으키는 혁신의 동인으로 자리매김했으며, 금융업과 기술의 융합은 여태까지 ‘소비자가 어떤 서비스를 원하는지’ 무관심했던 기존 금융기관들의 서비스에 지쳐 있던 금융 소비자의 다양한 니즈를 충족시키면서 핀테크를 넘어 ‘테크핀(TechFin)’이라는 용어가 광범위해질 정도로 영역을 더욱 넓혀가고 있다.

금융산업에서 금융서비스와 기술의 접목 트렌드는 기존 금융 기관의 IT 벤더(Vendor) 중심의 효율성 증대를 핵심으로 하는 FinTech 1.0 시대와, 디지털화(Digitalization)·언번들링(Unbundling)을 필두로 하는 FinTech 2.0 시대를 지나, 금융서비스를 통합 제공하는 리번들링(Rebundling)이 이루어지는 FinTech 3.0 시대로 진화했다. 불과 몇 년 전까지만 해도 은행이 다양한 금융서비스를 전달하는 번들링을 위한 기술을 도입했으며, 핀테크 기업은 일부 금융서비스에 기술과 새로운 아이디어를 가미하여 언번들링을 주도하는 트렌드였다. 그러나 최근에는 이를 넘어서 핀테크 또는 빅테크로 불리는 주체가 기술을 통합하여 생활서비스까지 확장된 복합 금융서비스를 제공하는 리번들링 추세가 발생하고 있다. 이에 따라, 스마트폰뿐만 아니라, 스마트 워치, 스마트 TV 등 생활 속 다양한 스마트 디바이스에서도 금융서비스를 자유롭게 활용하려는 움직임이 발생하고 있으며, 핀테크 스타트업과 더불어 빅테크(BigTech) 기업의 금융업 진출이 활발해지고 있다.

[핀테크 발전 과정]

| | FinTech 1.0 | FinTech 2.0 | FinTech 3.0 |
|---------|-------------------------|--------------|------------------|
| 국가/지역 | 선진국 | 선진국, 일부 신흥시장 | 선진국, 신흥시장 |
| 핵심 요소 | 컴퓨팅 | 스마트폰 | 스마트 디바이스 |
| 핵심 트렌드 | 효율성 증대 | 디지털화, 언번들링 | 리번들링 |
| 주요 플레이어 | 기존 금융 기관의 IT 벤더(Vendor) | 핀테크 스타트업 | 핀테크 스타트업, 빅테크 기업 |

Source: 삼정KPMG 경제연구원

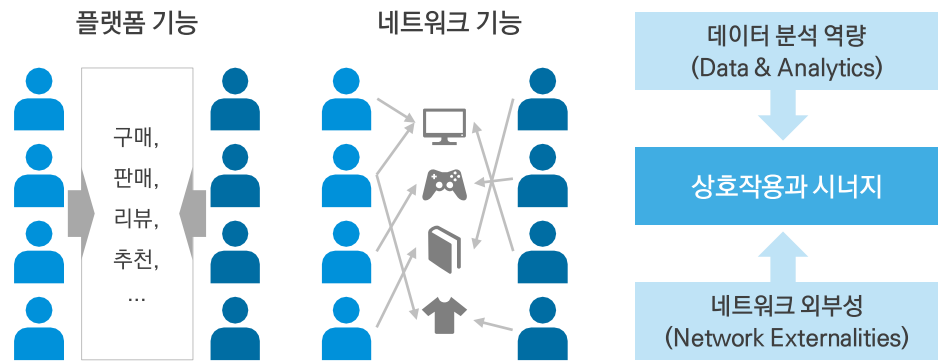
“ 빅테크 기업이란, 고객 네트워크와 기술을 기반으로 하는 거대 기술 기업을 의미 ”

빅테크 기업이란 무엇인가

빅테크 기업이란 Big과 Technology의 합성어로, 아직까지 명확하게 통일된 정의는 없으나 일반적으로 디지털 서비스를 제공하는 시장에서 시장지배력을 가진 거대한 기술 기업¹⁾을 뜻한다. 금융안정위원회(Financial Stability Board, FSB)는 빅테크 기업을 광범위한 고객 네트워크를 통해 기존 금융 상품과 유사한 금융 상품 및 서비스를 직접 제공하는 대형 기술 회사로 정의²⁾하고 있다. 국내에서는 금융위원회가 빅테크를 ICT·전자상거래 등을 통해 확보한 고객 네트워크와 빅데이터 등을 기반으로 금융업에 진출하려는 기업 집단³⁾으로 설명하고 있으며, 이러한 정의를 통해 빅테크 기업은 다수의 고객과 고도의 기술을 보유하고 있는 기업이라는 점을 알 수 있다.

빅테크 기업은 이미 SNS(Social Network Services)나 전자상거래(e-Commerce) 플랫폼 등을 통해 핵심 사업을 성공한 바 있으며, 기존 비즈니스를 영위하면서 플랫폼을 기반으로 한 거대한 네트워크를 보유하고 있다는 강점을 가진다. 빅테크 기업의 특성은 ‘데이터 분석 역량’과 ‘네트워크 외부성’으로 요약할 수 있다. 이질적인 고객 그룹들이 SNS, 쇼핑 등 플랫폼을 통해 계속 모이면서 네트워크 효과가 발생한다. 이러한 플랫폼 내 다양한 금융·비금융 데이터가 축적되면서 이를 분석하고 서비스를 개선해 나가며 시너지 효과가 나타나게 되는 선순환 구조가 지속되면서 특성을 강화·발전시켜 나가고 있다.

[플랫폼 및 네트워크로서 빅테크 기업의 특성]



- 다양한 범위의 데이터 집적 및 분석
 - 금융, SNS, 쇼핑 등 다양한 범위의 데이터 축적과 분석으로 더 나은 서비스를 제공
- 네트워크 외부성
 - 사용자 많아질수록 더 많은 사용자가 유입되는 효과
- 상호작용과 시너지
 - '고객 유입과 데이터 분석 → 기존 서비스 개선 → 더 많은 고객 유입과 데이터 축적·분석' 선순환 구조

Source: Organic Media Lab(2015), BIS(2019) 참고하여 삼성KPMG 경제연구원 재작성

1) 2020년 디지털금융 이슈 전망, 금융보안원, 2019.12.26, p.9
 2) BigTech in finance, FSB, 2019.12.9, p.3
 3) 디지털금융 종합혁신방안, 금융위원회, 2020.7.24, p.10

“

빅테크는 자본력과 대규모
고객을 바탕으로
금융업까지 진출하여
기존 금융기업에 직접적
위협으로 자리매김

”

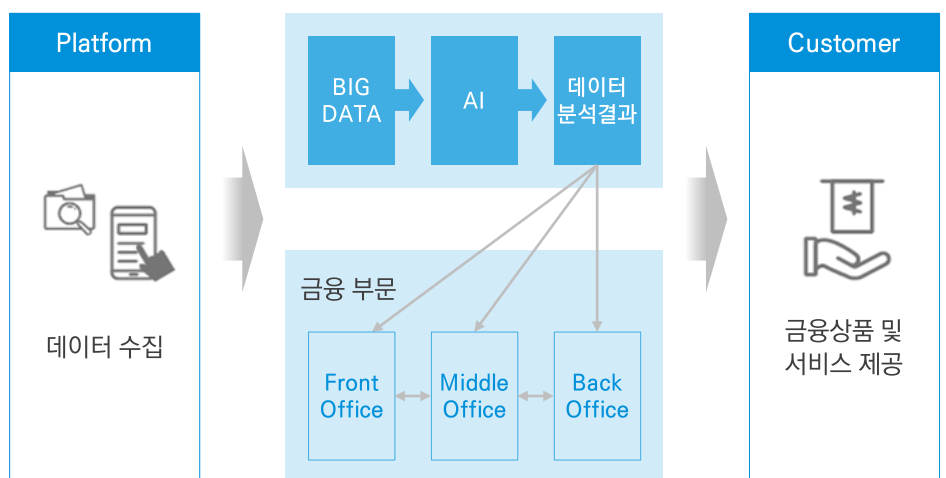
빅테크 기업들은 이러한 특성을 플랫폼에 적극 활용하여 다양한 산업 부문으로 진출하고 있으며, 최근에는 자본력과 네트워크로 연결된 대규모의 잠재 고객을 바탕으로 금융업까지 진출하고 있다.

빅테크 기업들의 금융거래 구조는 기존에 보유하고 있던 플랫폼으로부터 수집한 고객 행태 데이터를 자사의 최신 기술을 통해 분석·가공하여 고객 맞춤형 금융서비스를 제공하는 형태이다. 또한 빅테크 기업은 네트워크 효과⁴⁾를 통해 금융업에서의 시장지배력을 빠르게 확대하면서, IT 금융의 효율성을 높이는 촉진자 역할을 하는 핀테크 기업과 함께, 파괴적 혁신자로서 기존 금융 기업에 대한 직접적인 위협이 되고 있다.

실제로 미국의 GAF(A Google, Amazon, Facebook, Apple)로 대표되는 거대 IT 기업들은 이미 보유하고 있는 다수의 가입자와 IT 기술 및 인력을 기반으로 자사 플랫폼을 통해 금융서비스를 제공하고 있다. 이들은 확장 가능하고 안정적인 고객 네트워크를 통해 다양한 금융서비스를 출시하면서 금융산업에서의 영향력을 확대하고 있으며, 빅테크 기업의 출현과 영역 확장은 미국뿐만 아니라 전세계에 나타나고 있다.

대부분의 빅테크 기업들은 지급결제 사업을 시작으로 대출, 보험 등으로 비즈니스 범위를 넓혀가고 있다. 지급결제 사업의 경우 다른 금융서비스에 비해 진입장벽이 낮고 범용성이 높기 때문에 초기에 일정 규모 이상의 사용자를 확보하기에 용이하다는 장점으로 인해 빅테크 기업들이 처음으로 시작하는 금융서비스라는 특징이 있다. 특히 아마존과 같은 전자상거래 기반의 빅테크 기업의 경우 자사 홈페이지로 상품을 구매하기 위해 접속한 소비자에게 구매와 결제를 편리하게 연동시킨 간편결제서비스를 제공하여, 재방문·재구매·재결제를 지속적으로 유도하는 전략을 활용 중이다.

[빅테크 기업의 금융거래 디지털 플랫폼 구조]



Source: 한국은행, 우리나라 은행산업의 미래와 시사점(2020.4), p.19

4) 네트워크 효과(network effect)란 특정 상품에 대한 어떤 사람의 수요가 다른 사람들의 수요에 의해 영향을 받는 효과를 뜻하며, 네트워크 외부성(network externality)으로 불리기도 함, 두산백과

“

기술력과 자본력을 무기로 한 빅테크 기업의 금융산업 진출이 두드러지면서, 테크핀 트렌드를 주도

”

빅테크 기업의 금융업 진출 배경과 강점

(1) 빅테크 기업의 금융업 진출 배경

다양한 요인들을 바탕으로 빅테크 기업은 지난 몇 년간 기존 주력 분야가 아니었던 금융업에 활발히 진출하고 있다. 이들 빅테크 기업은 기존에 보유하고 있던 기술력, 플랫폼 등을 무기로 금융 관련 비즈니스에 진출하면서 테크핀 트렌드를 주도하고 있다.

최근 글로벌 시가총액 Top10 기업 중 8개 기업이 금융 관련 비즈니스를 영위하고 있으며, 아마존, 애플, 알리바바 등 7개 기업이 빅테크 기업이다. 이들 기업의 시가총액은 JP모건, BoA, HSBC 주요 전통 금융 기업의 시가총액보다 큰 규모를 보이고 있으며, 이를 통해 자본력 측면에서 빅테크 기업이 막대한 투자를 통해 기존 금융 기업을 위협할 가능성도 작지 않음을 알 수 있다. BIS에 따르면, 주요 빅테크 기업의 금융 관련 서비스의 매출 비중(2018년 기준)은 11.3%를 기록한 가운데, 자사 데이터, 플랫폼을 활용한 금융서비스 확장에 따라 해당 비중은 점차 확대될 것으로 전망된다.

본 고에서는 금융산업에 지각변동을 일으키며 주목 받고 있는 빅테크 기업이 금융업에 진출하는 배경을 ① 빅테크 기업에 충성도가 높고 디지털 기기와 문화에 익숙한 MZ세대가 금융업의 주 고객층으로 부상하고 있다는 점, ② 데이터 확보를 통한 새로운 수익 창출, ③ 비금융 기관에 대한 규제 완화 트렌드 등 세 가지 요인으로 꼽아 보았다.

[2020년 글로벌 시가총액 Top10]

(단위: 십억 달러)

| 순위 | 기업 | 시가총액 | 국가 |
|----|----------|-------|---------|
| 1 | 아람코 | 1,760 | 사우디아라비아 |
| 2 | 애플 | 1,644 | 미국 |
| 3 | 마이크로소프트 | 1,543 | 미국 |
| 4 | 아마존 | 1,524 | 미국 |
| 5 | 알파벳 | 1,044 | 미국 |
| 6 | 알리바바 | 673 | 중국 |
| 7 | 텐센트 | 670 | 중국 |
| 8 | 페이스북 | 666 | 미국 |
| 9 | 버크셔 헤서웨이 | 467 | 미국 |
| 10 | 존슨앤존슨 | 388 | 미국 |

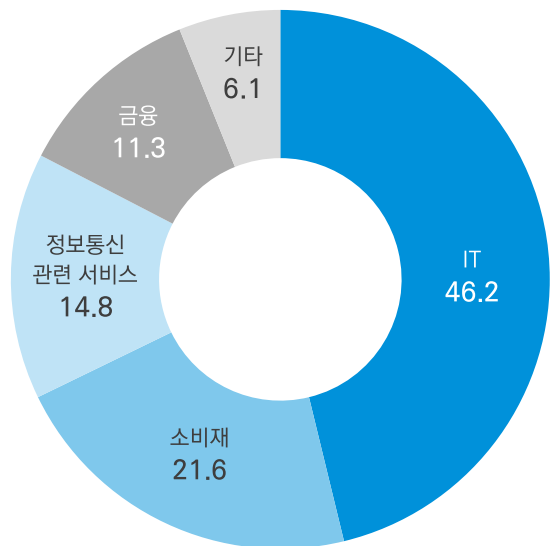
Source: Bloomberg

Note 1: 시가총액은 2020년 7월 29일 기준

Note 2: 음영은 빅테크 기업임

[주요 빅테크 기업의 매출 구성]

(단위: %)



Source: BIS, BIS Annual Economic Report 2019(2019), p.56

Note 1: 조사대상 기업은 알리바바, 알파벳, 아마존, 애플, 바이두,

페이스북, 그랩, 카카오, 메르카도리브레, 라쿠텐, 삼성, 텐센트임

Note 2: S&P Capital IQ 제공 2018년 총매출액 기준

“
디지털 디바이스를 통한
금융 및 경제 활동에
익숙한 밀레니얼·Z세대는
빅테크의 잠재 고객
”





① 디지털에 익숙한 MZ세대의 부상

스마트폰, 인터넷 등 다양한 디지털 디바이스, 소셜 미디어 등에 익숙한 밀레니얼·Z세대가 주요국에서 주력 경제 인구로 부상하고 있다. 밀레니얼·Z 세대 등의 출생연도에 대한 기준은 국가나 기관에 따라 상이하나, 국내에서는 대체적으로 밀레니얼 세대를 1980년대 초부터 1990년대 중반까지 태어난 세대, Z세대를 1995년 이후 출생한 세대를 지칭한다. 2019년 기준 우리나라의 밀레니얼 세대 인구는 전체 인구의 21.2%, Z세대는 25.5%를 차지하고 있으며, 전세계적으로도 밀레니얼·Z세대 인구가 베이비붐·X세대 인구를 추월하면서 사회·경제적으로 막강한 영향력을 행사할 세대로 대두되고 있다.

X세대가 디지털의 처음을 맞본 세대라면, 밀레니얼 세대는 디지털 환경에서 성장기를 보낸 디지털 유목민(Digital Nomad)으로 인터넷, SNS의 발달 과정을 겪으면서 디지털 문화를 자연스럽게 수용했다. 영국의 이코노미스트가 ‘포노 사피엔스(Phono Sapiens: 스마트폰을 자유롭게 사용하는 인류)’라고 지칭한 Z세대는 태어나면서부터 스마트폰을 접한 세대로, 밀레니얼 세대보다 디지털 환경에 더욱 익숙한 디지털 원어민(Digital Native)이다. 이들 세대는 디지털 환경에 노출된 경험이 많기 때문에, 공통적으로 디지털 디바이스를 활용한 금융 및 경제 활동에 익숙하다.

Business Insider와 Salesforce의 조사에 따르면, 미국의 밀레니얼 세대의 경우 모바일을 가장 선호하는 은행 채널로 꼽아(31%), 모바일을 중심으로 사업을 펼치는 빅테크의 금융서비스가 더욱 효과적으로 침투하는 것으로 보인다. Z세대의 경우 아직 금융서비스를 본격적으로 사용하지 않는 청소년이 많다는 점에서 금융서비스 선호도가 뚜렷하게 나타나고 있지는 않지만, 이전 세대보다 스마트폰이 보다 많이 보급·활용되고 있다는 점에서 스마트 기기를 이용한 모바일·온라인 금융 거래가 더욱 활발할 것으로 예상된다.

[대한민국 세대 구분과 미디어 이용 특성]

| 구분 | 베이비부머 세대 | X세대 | 밀레니얼 세대 | Z세대 |
|--------|--|--|--|---|
| 출생연도 | 1950~1964년 | 1965~1979년 | 1980~1994년 | 1995년 이후 |
| 인구비중 | 19.6% | 24.3% | 21.2% | 25.5% |
| 미디어 이용 | 아날로그 중심  | 디지털 이주민  | 디지털 유목민  | 디지털 네이티브  |
| 성향 | 전후세대, 이념적 | 물질주의, 경쟁사회 | 세계화, 경험주의 | 현실주의, 윤리 중시 |

Source: 매경ECONOMY, Z세대가 온다-밀레니얼 세대와 닮은 듯 다른 신인류 스마트폰 쥐고 자란 '포노 사피엔스', 제2012호 (2019.6.12~ 2019.06.18일자) 수정 및 재인용

Note: 인구비중은 2019년 통계청 기준

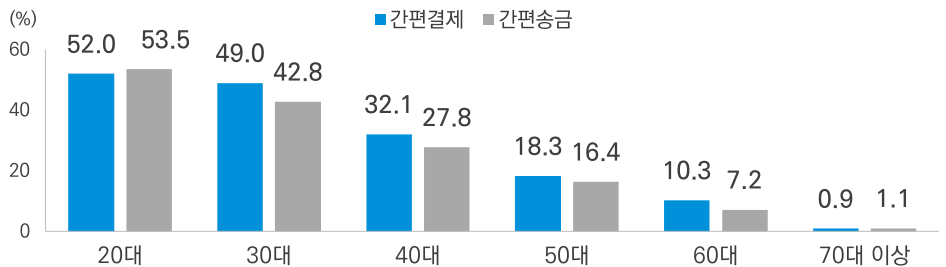
뿐만 아니라, 국내에서도 연령대가 낮아질수록 간편결제 및 간편송금 이용 비율이 다른 연령 대비 높다. 이는 향후 주력 금융고객층인 세대에게는 빅테크가 제공하는 편리한 결제·송금 서비스 및 기술 기반의 새로운 금융서비스, 모바일 채널의 편의성이 더욱 선호될 수 있음을 반영하므로, 향후 빅테크가 금융산업에서 경쟁력을 가지고 영향력을 확대해 나갈 것으로 기대된다.

[미국 세대별 최선호 은행 채널 비중]

| 세대 (출생 연도) | 스마트폰 보급률 (%) | 가장 선호하는 은행 채널 비중(%) | | | | |
|------------------------|-----------------|---------------------|-----|-----|----|----|
| | | 모바일 | 온라인 | ATM | 지점 | 기타 |
| Z세대 (96~'10년) | 96 | - | | | | |
| 밀레니얼 세대 (81~'95년) | 92 | 31 | 17 | 15 | 21 | 11 |
| X세대 (65~'80년) | 85 | 17 | 34 | 12 | 26 | 7 |
| 베이비 부머 세대 (45~'64년) | 67 | 6 | 34 | 11 | 37 | 8 |

Source: KDB산업은행 미래전략연구소, 최근 해외 은행들의 세대별 채널 운영 동향, Weekly KDB Report(2020.3.9), p.4
Note: 기타는 이메일, 우편, 전화 등

[연령대별 간편결제서비스 이용 비율]



Source: 한국은행, 2019년 지급수단 및 모바일금융서비스 이용행태 조사결과(2020.3), p.30, p.33
Note: 2019년 기준, 2,650명 대상

“
사용자의 다양한 금융 데이터를 포함하여 신상품 기획 및 비즈니스 강화
”

② 데이터 확보를 통한 새로운 서비스 창출과 기존 비즈니스 강화

빅테크가 금융산업에 진출하는 핵심 요인은 바로 ‘데이터’라 할 수 있다. 빅테크 기업은 소비(지출) 습관 관련 데이터나 사용자 온라인 검색 기록, 소셜 미디어 서비스(SNS) 활동 데이터를 보유하고 있는데, 금융업에 진출함으로써 고객의 재무 정보까지 확보할 수 있다. 이를 통해 기존 사업에서 축적한 대규모 데이터와 결합 시 새로운 서비스를 기획할 수 있으며, 기존 비즈니스를 강화하는 데 활용할 수 있는 기회가 될 수 있다.

예를 들어, 신용 기록과 담보 및 대출 현황 등을 통해 신용평가 모델을 보다 세밀하게 구현할 수 있을 것이다. 이처럼 기존 데이터와 새로운 금융 데이터의 결합을 통해 새로운 서비스를 출시한다면 수익 다변화가 가능하고, 하나의 서비스에 치중된 수익 비중이 분산되면서 수익성 흐름을 개선할 수도 있다.

또한 새로운 데이터를 활용하여 핵심 사업을 개선하는 데 사용할 수도 있다. 일례로 빅테크 기업이 고객의 소비와 저축 습관을 파악하여 적절한 시기에 필요한 제품을 SNS를 통해 추천하는 것과 같은 광고 타겟팅을 보다 정교하게 시도하는 것을 들 수 있다. 예시로 든 초개인화 마케팅뿐만 아니라, 기존 사용자에게 금융서비스를 부가적으로 제공함에 따라 핵심 사업을 더욱 강화하고 고객 기반과 충성도를 제고할 수 있다.

③ 비금융기관에 대한 규제 완화 기조

금융산업의 혁신과 경쟁 촉진 환경을 조성하기 위해 각국에서는 비금융기관에 대한 금융업 관련 규제를 완화하는 경향을 보이고 있다. 대표적으로 전세계적으로 확산된 오픈뱅킹 정책이다. 유럽연합(EU)과 영국에서 시작된 오픈뱅킹 정책은 현재까지도 각국 금융산업의 혁신적인 글로벌 캠페인으로 전개되고 있다. 오픈뱅킹의 정의는 국가별로 상이한 부분이 존재하나, 공통적으로 (1) 금융데이터에 대한 정보 주체의 자기결정권 강화와 데이터 개방, (2) API(Application Programming Interface) 개방, (3) 금융결제망에 대한 접근성 확대라는 요소를 핵심으로 한다.

EU에서 개정지급결제서비스지침(Payment Service Directive 2, PSD2) 발표 이후 영국에서 9개 주요 은행을 대상으로 오픈 API 도입을 의무화했으며, 호주와 홍콩은 단계별로 오픈뱅킹을 도입하고 있다. 국내에서는 2019년 12월 18일부터 지급결제 중심의 오픈뱅킹 서비스를 시행하여 은행권과 핀테크 기업에서 활용하고 있는 가운데, 상호금융, 저축은행 등 제2금융권에서도 오픈뱅킹 도입이 예정되는 등 해외 대비 보다 개방적인 금융결제망을 구축하는 모습이다.

[주요국 오픈뱅킹 정책 현황]

| 국가 | 추진 사항 |
|------|---|
| EU | '15년 발표한 PSD2에 따라 은행은 외부사업자와 API 연계 의무화 |
| 영국 | 9대 주요 은행의 계좌에 대해 오픈 API 도입을 의무화 |
| 싱가포르 | 다수의 은행이 API 연계를 실시 |
| 홍콩 | '18년 오픈 API Framework 마련 |
| 한국 | 금융결제 인프라 혁신 방안에 따라 '19.12월부터 오픈뱅킹 시행 |
| 일본 | '17년 은행법 개정으로 오픈뱅킹 본격 추진 |
| 중국 | 결제영역을 기점으로 주요 사업자가 오픈 API 구축 |
| 호주 | '18년 발표한 오픈뱅킹 구현 권고안에 따라 추진 |
| 캐나다 | '20년 오픈뱅킹 도입 적용 예정 |
| 미국 | 금융서비스정보공유분석센터(NACHA), 표준 API 정의 발표 |
| 멕시코 | 은행 API 오픈 의무화 법제 검토 |

Source: 삼정KPMG 경제연구원

“

전세계적인 비금융기관에 대한 규제 완화 기조는 빅테크의 금융시장 진출에 유리한 환경으로 작용

”

“
코로나19로 인한 비대면
금융거래 필요성이
확산되면서 국내외
정책입안자들은 디지털
생태계 구축에 힘쓰는
모습



오픈뱅킹에서 한 발 더 나아가, EU는 2018년 5월부터 일반개인정보보호법(General Data Protection Regulation, GDPR)을 시행하면서 정보 주체의 권리 강화와 개인정보보호 법제 단일화를 통해 디지털 경제 활성화를 추진하였다. 우리나라의 경우, 2020년 8월 5일부터 금융분야 마이데이터(MyData, 본인신용정보관리업) 산업이 도입되면서 개인정보보호와 안전한 데이터 활용을 위한 법적 근거 마련으로 데이터 경제 시대로의 이행을 준비하였다.

국내외에서 추진되고 있는 핀테크 육성과 비금융기관의 금융규제 완화의 간간에는 기존 금융산업 내 새로운 플레이어가 진입하여 경쟁을 촉발하여 개방과 혁신이 이루어질 수 있는 환경을 조성하고자 하는 목적이 있다. 이로써 금융소비자는 편의성이 높고 보다 저렴하고 안정적인 금융서비스를 제공받는 혜택을 받을 수 있기 때문이다. 이 가운데, 모바일 기술과 자본력을 바탕으로 성장한 빅테크 기업이 금융업에 진출하면서 고객경험을 제공하며 금융산업 내 구도를 개편하는 플레이어로 부상하고 있다.

이러한 규제 흐름, 핀테크 및 빅테크의 발전과 더불어 코로나19 팬데믹은 금융소비자의 비대면금융 필요성을 더욱 증대시키는 기폭제로 작용하고 있다. 각국 정부 역시 비접촉결제의 편의성을 높이는 방향으로 입법화를 추진하고 있으며, 국내에서는 마이페이먼트(MyPayment, 지급지시전달업), 종합지급결제사업자 제도 도입 및 전자금융업종의 기능별 통합, 대금결제업자에 대해 제한적인 소액 후불결제 기능 도입 등을 골자로 하는 전자금융업법 개편 계획이 발표되어 디지털 금융에 소비자의 참여가 확대될 것으로 전망된다.

[최근 국가별 비접촉결제 한도 조정]

| 국가 | 화폐단위 | 변경 전 | 변경 후 |
|-------|--------------|-------|--------|
| 영국 | 파운드(GBP) | 30 | 45 |
| 아일랜드 | 유로(EUR) | 30 | 50 |
| 캐나다 | 캐나다달러(CAD) | 100 | 250 |
| 독일 | 유로(EUR) | 25 | 50 |
| 오스트리아 | 유로(EUR) | 25 | 50 |
| 네덜란드 | 유로(EUR) | 50 | 100 |
| 노르웨이 | 크로네(NOK) | 400 | 500 |
| 폴란드 | 즈워티(PLN) | 50 | 100 |
| 헝가리 | 헝가리 포린트(HUF) | 5,000 | 15,000 |
| 이집트 | 이집트 파운드(EGP) | 300 | 600 |
| 터키 | 리라(TRY) | 120 | 250 |

Source: 한국은행, 코로나19 확산이 최근 주요국 지급수단에 미친 영향(2020.4.3), p.5
Note: 캐나다는 데자르뱅 금융그룹



빅테크 기업, 강력한 플랫폼을 통한 네트워크 효과 창출과 신속한 고객 민감도 반응...

데이터 활용 역량과 기술력 기반 맞춤형 고객 서비스 제공으로 편의성과 혁신 추구



(2) 빅테크 기업의 금융업에서의 강점

금융업의 후발주자인 빅테크가 기존 금융사나 핀테크 기업과 비교 시 갖추고 있는 강점은 어떤 것이 있을까? 먼저 대규모의 고객수와 밀레니얼 세대와 같은 디지털에 익숙한 세대 중심의 플랫폼 보유로 인한 네트워크 효과를 들 수 있다. 빅테크 기업은 기존에 영위하던 전자상거래(예, 네이버, 알리바바), 메신저(예, 카카오, 텐센트) 등을 기반으로 고객과 접점을 확보하고 있다는 점에서 기존 금융사보다 우위를 점하고 있다. 이 같은 플랫폼을 통해 고객 정보를 핵심 서비스에 신속하게 반영하면서 네트워크 효과가 발생하고, 이 과정에서 새로운 고객 활동과 데이터가 생성되는 선순환 구조를 구축하였다. 더불어 데이터에 기반한 의사결정과 신속한 소통을 내재한 IT 기업 특성이 반영되어 고객 민감도에 대한 수용성과 적용 속도가 빠르다. 이같은 특성을 통해 기존 금융권 대비 새로운 서비스에 대한 혁신 역량, 속도, 직관적인 UX/UI 등을 통해 고객을 재정의하고 적절한 고객 경험을 제공한다는 강점이 있다.

둘째로, 고객의 다양한 정보가 모바일 기반으로 유입되고 축적되면서 데이터 활용 역량과 기술에 강점을 지니고 있는 빅테크 기업은 금융서비스와 기존 비금융서비스 간 시너지를 통해 초개인화 서비스 제공 등 고객 서비스를 고도화할 수 있다. 특히 기존 금융권의 경우 은행, 증권, 보험 등 권역별로 분할된 서비스를 제공하고 있는 반면, 금융업에 진출한 빅테크 기업은 각 금융서비스를 개별적으로 제공하는 핀테크 기업의 언번들링을 넘어 플랫폼에 기초하여 다양한 금융 상품이 결합하는 리버들링 트렌드를 주도하고 있다. 이를 통해 다양한 금융 및 비금융서비스를 하나의 플랫폼에서 고객이 맞춤형으로 서비스를 편리하게 이용할 수 있게 되었다.

[은행, 빅테크, 핀테크의 요소별 비교 우위]

| 강점 | 은행 | 빅테크 기업 | 핀테크 기업 |
|-----------|----|--------|--------|
| 규모 | O | O | X |
| 브랜드 인지도 | O | O | X |
| 투자 여력 | O | O | X |
| 저비용 자금조달 | O | O | X |
| 글로벌 고객 기반 | X | O | X |
| 네트워크 효과 | X | O | - |
| 첨단 기술 | X | O | O |
| 교차보조* | O | O | X |
| 제한적 규제 부담 | X | O | O |

Source: FSB, BigTech in finance(2019.12.9), p.20
 Note: 교차보조(Cross-subsidisation)란 시장 지배적 사업자가 독점력을 이용하여 얻은 초과이익을 동종의 다른 사업장에 보조하는 것을 의미함

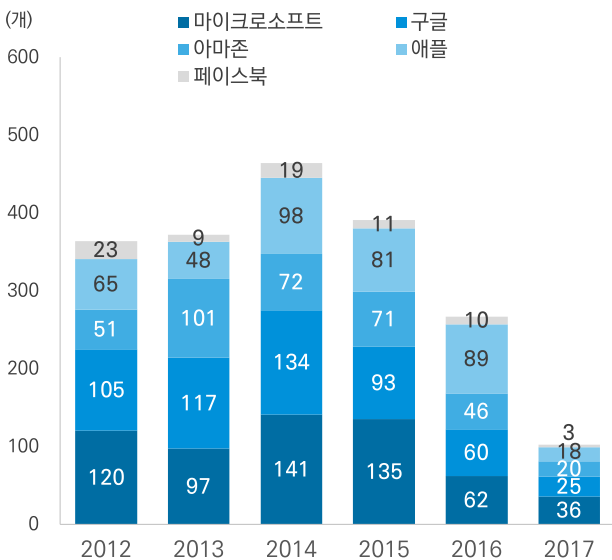
“ 빅테크의 뛰어난 기술이 주목받는 가운데, 특히 비대면 거래의 확산으로 금융산업 내 새로운 기술에 대한 수요가 발생하면서 보안, 인증 등에 대한 필요성 증대 ”

뛰어난 IT 기술력과 인력 또한 빅테크 기업이 금융산업에서 주목 받은 요인 중 하나라 할 수 있다. 빅테크 기업은 자사가 보유하고 있는 IT 기술을 통해 기존 금융 거래 단계에 필요했던 인력 개입을 줄였으며, 심지어 불필요하다고 여긴 단계는 없애기도 하면서 거래를 단순화하여 편의성을 높였다. 이를 가장 대표적으로 보여주는 분야가 바로 비대면 금융 거래이다.

비대면 거래에서 가장 중요한 요소는 바로 ‘보안’이라 할 수 있는데, 거래 프로세스 자체의 보안을 비롯하여 거래 당사자의 신분 확인까지 다양한 과정에서 보안을 필요로 한다. 빅테크 기업은 이미 다양한 사이버보안 관련 특허를 보유하고 있으며, 관련 기술 발전에 따라 특허를 지속적으로 출원하고 있다. 예를 들어 구글과 애플의 경우 신원 인식을 위한 지문, 홍채, 안면 인식 등 생체 정보 인식에 대한 특허를 보유하고 있는데, 이러한 기술은 스마트폰 잠금 해제뿐만 아니라 모바일 결제 시 본인 인증을 대체하고 있다. 이 같은 빅테크 기업의 e-KYC(비대면 실명확인) 관련 기술의 발전은 기존의 현금 외 수단을 통한 결제로 이용자들이 옮겨가는 데 일조했다.

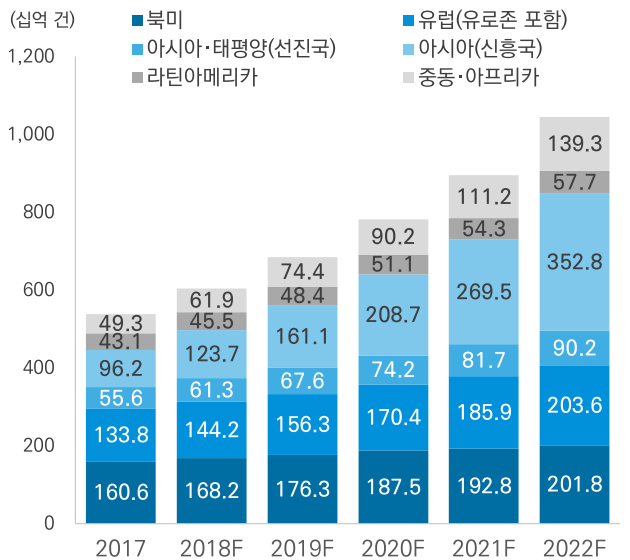
Capgemini에 따르면, 글로벌 비현금 거래(non-cash transactions) 규모는 2017년 5,386억 달러에서 2022년 1조 454억 달러로 연평균 14.2% 증가할 것으로 전망하고 있다. 사용 편의성과 안전성 등의 강점으로 현금이 아닌 수단으로 거래하는 현상은 글로벌 추세이며, 수요가 지속적으로 증가함에 따라 비현금 거래 시장은 더욱 증가할 것으로 예상된다. 뿐만 아니라 코로나19 확산을 막기 위한 이동 제한 등으로 비대면 결제가 더욱 가속화되고 있으며, 코로나19 이후에도 디지털 환경으로 생활 방식이 전환됨에 따라 확산세는 지속될 것으로 보인다.

[주요 빅테크의 사이버보안 관련 특허 출원]



Source: CB Insights, Winners And Losers In The Patent Wars Between Amazon, Google, Facebook, Apple, and Microsoft (2017.11.16)
 Note 1: 2017년 10월 11일 기준
 Note 2: 최종 특허 출원까지 2~3년 소요됨에 따라 2014~2017년 특허 출원 수는 현재와 다를 수 있음

[글로벌 비현금 거래 규모 추이]



Source: Capgemini, World Payments Reports 2019(2019), p.37

“

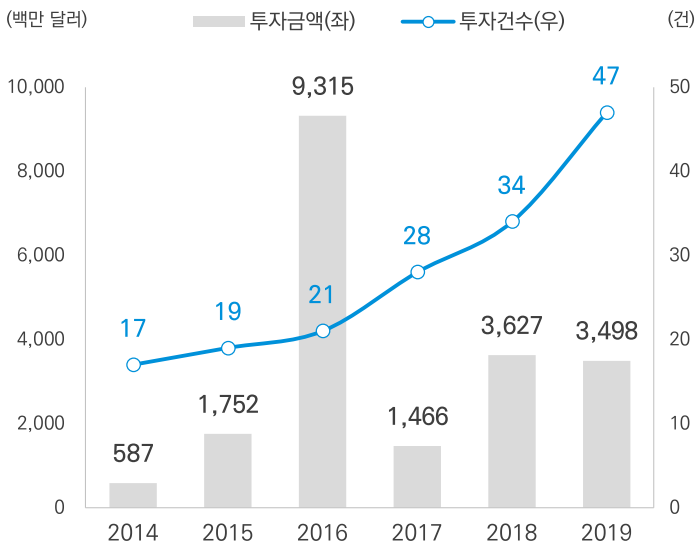
빅테크의 새로운 기술에 대한 적극적인 투자도 향후 새로운 서비스 창출에 기대감을 높임

”

결제 또는 보안 기술 외에도 앞서 언급한 빅테크의 데이터 분석 기술도 빅테크의 기술 관련 핵심 역량 중 하나로 손꼽히며, SNS, 상거래 등을 통해 축적한 방대한 데이터를 분석하여 새롭거나 개선된 서비스를 출시하고 있던 ICT 기업들은 데이터 분석 역량과 더불어, 인공지능(AI) 등을 통해 관련 역량을 높이고 있어 금융산업에서도 이를 통한 부가가치 창출에 유리하다.

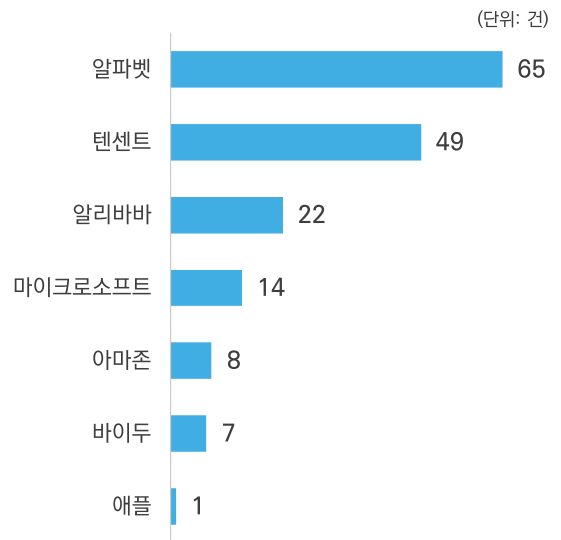
마지막으로, 새로운 기술에 대한 투자를 적극적으로 집행하고 있다는 점을 들 수 있다. 최근 몇 년간 빅테크 기업들은 M&A, VC투자 등을 통해 핀테크 부문에 대한 투자를 확대하고 있는데, 2014년 17건에 그쳤던 빅테크 기업의 핀테크 투자건수는 2019년 47건으로 증가했다. 핀테크에 대한 선제적인 투자를 지속했기 때문에 빅테크가 금융서비스에 활용할 수 있는 다양한 기술을 선점하여 향후 새로운 기술을 바탕으로 신규 서비스를 기획하고 적용하는 데 유리하다는 강점이 있다.

[빅테크 기업의 핀테크 투자 추이]



Source: KPMG Global, Pulse of Fintech H2 2019
Note: 해당 데이터는 2014년부터 2019년까지 VC, PE, M&A 데이터를 포함함

[주요 빅테크 기업의 핀테크 투자건수]



Source: KPMG Global, Pulse of Fintech H2 2019
Note: 해당 데이터는 2014년부터 2019년까지 VC, PE, M&A 데이터를 포함함



해외 빅테크 기업의 금융업 진출과 현재

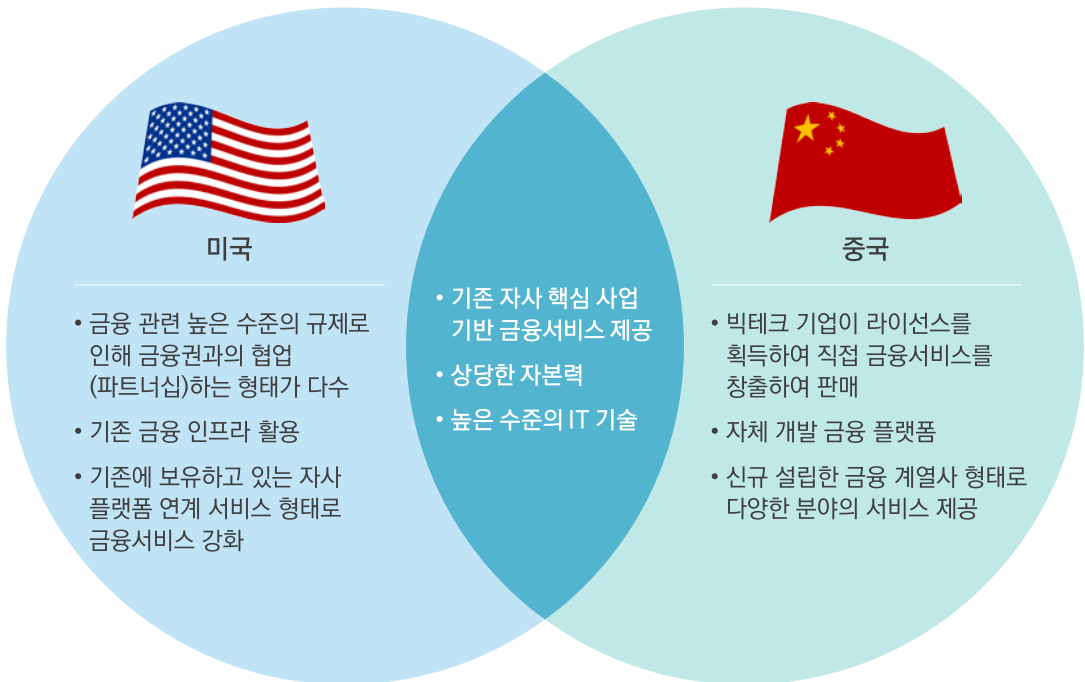
“ 미국과 중국 빅테크 기업은 자사 핵심 사업과 거대 자본을 기반으로 금융업에 진출하여 선전하고 있음 ”

해외 주요 빅테크 기업의 금융업 진출

해외에서 수많은 핀테크 스타트업이 성장하고 진화하고 있는 가운데, 자본력과 기술력을 기반으로 한 빅테크 기업의 금융업 진출 또한 해외에서 눈에 띄게 이루어지고 있다. 그 중 빅테크 기업이 금융업계에서 비즈니스를 활발히 펼쳐가고 있는 대표적인 국가는 미국과 중국이라 할 수 있다. 두 국가 모두 막대한 자본과 지금까지 축적해온 기술을 바탕으로 금융업에 진출했으며, SNS, 전자상거래 등 기존 자사 핵심 사업을 기반으로 금융서비스를 제공한다는 공통점이 있다.

그러나 기존 금융 인프라의 성숙도와 규제 방식 등에 따라 두 국가간 차이점도 존재하는데, 미국의 경우 금융시장이 높은 수준으로 발전되어 있고 시장 자생적으로 다양한 기술이 발전하며 금융산업에 접목되는 양상을 보인다. 금융산업에 대한 정부 규제 역시 다수의 연방 및 주(州) 법령에 따라 상당한 수준의 인허가 및 영업규제가 적용되고 있는 가운데, 규제 공백을 최소화하고 기존 규제 시스템을 활용하여 최소한의 규제를 도입하면서 신산업이 성장할 수 있는 환경을 조성하는 노력도 병행되었다. 일례로 1978년 제정된 전자자금이체법(Electronic Fund Transfer 1978), 2012년 11월 도입한 연방당국 비조치의견서 제도 등이 있다. 이에 따라 빅테크 기업은 상대적으로 규제 수준이 낮은 지급결제 부문부터 금융서비스를 개시하거나 기존 금융 기업과 협업하면서 자사 플랫폼을 활용하는 방식으로 사업을 영위하고 있다.

[미국과 중국 주요 빅테크 기업의 공통점과 차이점]



Source: 삼정KPMG 경제연구원

반면 중국은 일반 국민 대상 금융 시스템이 발달하지 못한 상황에서 핀테크 등을 육성하고자 하는 정부의 적극적인 정책에 힘입어 플랫폼 기업들이 자사 플랫폼을 활용하여 금융서비스의 제조에서 판매에 이르기까지 모든 서비스 과정을 비즈니스로 영위하고 있는 형태이다. 특히 2000년대 초·중반 이후 네거티브 규제 체계 방식을 도입하여 핀테크 및 빅테크 기업의 금융산업 진출 환경을 조성하였다.

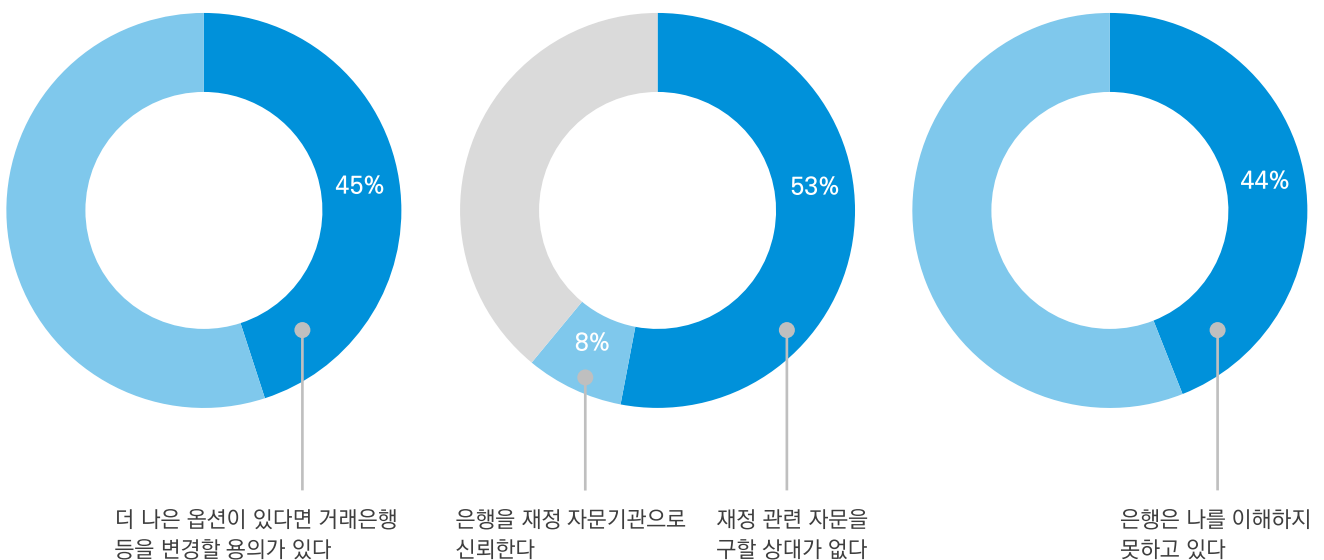
미국 빅테크 기업 동향

미국의 경우 'GAFA'로 대표되는 빅테크의 활약이 눈에 띄며, 이들은 기존에 고도로 발달된 금융산업 내에서 자사의 기술력이나 네트워크를 토대로 금융 소비자들의 수요를 파악하여 금융서비스를 제공하고 있다. 예를 들어, 아마존의 경우 주력 사업인 소매 물류업에서 쌓은 빅데이터를 기반으로 아마존 페이, 아마존 캐시 등의 금융서비스를 선보인 바 있으며, 기업 대상 대출 플랫폼인 아마존 렌딩은 아마존이 선정한 기업들을 대상으로 대출 서비스를 제공한다. 구글, 애플, 페이스북 등도 자사만의 지급결제 서비스를 중심으로 투자, M&A 등을 통해 보험업 진출, 암호화폐 개발 등 다양한 영역으로 금융서비스를 확장해 나가고 있다.

미국은 금융 인프라가 발달한 국가임에도 불구하고, 소비자들은 새로운 채널을 통한 금융서비스를 요구하고 있다. 2016년 페이스북 이용자 중 밀레니얼 세대(21~34세)를 대상으로 진행된 조사에서 '은행은 나를 이해하지 못하고 있다(44%)', '은행을 재정 자문기관으로 신뢰한다(8%)' 등의 응답이 집계되어 기존 은행에 대한 신뢰 수준이 높지 않은 것으로 나타났다.

“ 미국의 GAFA, 강력한 브랜드 파워와 편리함을 내세우며 금융 소비자와의 신뢰를 구축 ”

[미국 밀레니얼 세대의 은행 신뢰 수준]



Source: 한국은행, 우리나라 은행산업의 미래와 시사점(2020.4), p.22 재인용

Note 1: 미국의 페이스북 이용자 중 밀레니얼 세대(21~34세)를 대상으로 조사

Note 2: 2016년 기준

“ 미국 금융 소비자들은 새로운 채널을 통한 혁신 금융서비스를 요구 ”

또한 맥킨지(McKinsey)의 설문조사에 따르면, 응답자의 65%가 금융 관련 니즈를 다루는 아마존을 신뢰한다고 응답했으며, 25% 이상은 아마존 예금계좌를 개설할 의사가 있다고 밝히는 등 미국 금융 소비자들이 빅테크 기업의 금융서비스에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다. 이처럼 미국 빅테크 기업들은 강력한 브랜드 파워와 편리함을 앞세워 금융 소비자와의 신뢰를 구축해 나가고 있다.

미국의 대표 빅테크 기업들은 핵심적으로 영위하고 있던 사업 영역에서의 강점을 바탕으로 다양한 금융서비스를 출시 또는 준비 중이다. 구글은 2019년 11월 ‘Cache’ 프로젝트에서 2020년부터 씨티그룹, 스탠퍼드연방신용조합과 함께 구글페이 애플리케이션에서 당좌예금 계좌 서비스를 개시하겠다는 계획을 공개한 바 있다. 구글은 금융업 진출을 위해 금융업 관련 라이선스 취득 대신 기존 대형 은행과 협력하는 방식을 선택했고, 예금 계좌 개설을 통해 소비패턴, 개인 수입·지출 데이터를 확보하여 구글 검색엔진의 데이터와 결합하여 활용할 것으로 전망된다.

[금융서비스를 고려한 미국 주요 빅테크 기업의 SWOT 분석]

| | 구글 | 아마존 | 페이스북 | 애플 |
|---------------|---|---|---|---|
| Strengths | <ul style="list-style-type: none"> 글로벌 스마트폰 운영체제(안드로이드) Gmail 등 기업과 개인 이용 애플리케이션 다양 국가별 제품 및 서비스 적용 가능(예, 구글페이 인도) | <ul style="list-style-type: none"> 아마존 프라임→고소득 소비자에게 접근성 전세계에서 가장 큰 전자상거래 사이트 보유 소비자 신뢰도 최상 상거래, 지급결제 산업에서의 영향력 | <ul style="list-style-type: none"> 높은 이윤과 R&D 투자 디지털 광고 시장을 선도 소셜미디어 시장에서의 시장 지배력 왓츠앱(WhatsApp), 인스타그램(Instagram) 등 다양한 포트폴리오 | <ul style="list-style-type: none"> 세계적으로 강력한 브랜드 인지도와 충성심 전연령대의 소비자 신뢰와 인기 각 제품간 호환성과 생태계 |
| Weaknesses | <ul style="list-style-type: none"> 구글 페이의 경우 미국에서 최우선시 되지는 않음 구글이 안드로이드가 실행되는 모든 하드웨어를 제어하는 것은 아님 | <ul style="list-style-type: none"> 가격경쟁으로 인한 이윤 감소 수익성이 실현되지 않은 부채 조세 회피 분쟁으로 인한 브랜드 이미지 영향 | <ul style="list-style-type: none"> 데이터 프라이버시 높은 광고 수익 의존도 유해한 콘텐츠, 가짜 뉴스 관리 | <ul style="list-style-type: none"> 대부분의 서비스가 애플 기기에만 사용(폐쇄성) 경쟁자들에 비해 높은 가격대의 기기 |
| Opportunities | <ul style="list-style-type: none"> 전세계 검색엔진 시장 점유율로, 검색을 통해 금융서비스 니즈를 파악할 수 있음 핀테크·주요 금융사와의 파트너십으로 새로운 상품 창출 독점 서비스 개발을 위한 기업 인수 | <ul style="list-style-type: none"> 은행과의 파트너십 국제적인 사업 확장 자사 기술을 다른 소매판매업자에게 화이트라벨링할 수 있음 필요시 기업 인수 가능 | <ul style="list-style-type: none"> 보유 포트폴리오를 통해 전자지갑 등 다른 비즈니스 모델 구상 가능 플랫폼을 통한 확장 가능성과 애플리케이션 통합 풍부한 자금으로 기업 인수 가능 | <ul style="list-style-type: none"> 기존 금융사와 파트너십을 통한 신속한 서비스 확장 신제품이 늦게 출시되어도 브랜드 충성심으로 호평 받는 경우가 많음 글로벌 사업 확장 기회 새로운 금융서비스 부문을 위한 솔루션 개발 가능 |
| Threats | <ul style="list-style-type: none"> 다른 빅테크 기업과의 경쟁 모바일 지갑 서비스 다양화 전세계적인 규제 | <ul style="list-style-type: none"> 정부 규제 월마트, 알리바바 등 다른 리테일 자이언트들과 경쟁 기존 금융서비스 제공업자와의 경쟁 | <ul style="list-style-type: none"> 경쟁자 증가 디지털세와 같은 정부 규제 데이터 유출 | <ul style="list-style-type: none"> 카드 시장 포화 등 유사 상품 다수 공격적인 기술 경쟁 애플 기기보다 가격대가 낮은 대체재 존재 |

Source: Business Insider, towards data science, Business Strategy Hub 참고하여 삼정KPMG 경제연구원 재작성

“ 금융인프라가 발전한 미국의 GAFA는 기존 핵심 사업영역을 바탕으로 기존 금융사와의 제휴 등을 통해 혁신 금융서비스를 출시 ”

2014년 ‘애플페이’를 출시한 애플은 아이폰과 애플워치 사용자들에게만 지급결제 서비스를 제공하고 있다. 애플페이는 NFC 방식을 채택하여 범용성에 한계가 있지만, 미국의 미디어사 쿼츠(Quartz)는 애플의 현금 동원력, 모바일 인프라, 2014년부터 축적된 신용카드 거래 경험 등을 토대로 애플페이를 통한 결제는 2025년까지 세계 신용카드 거래 건수의 10%를 차지할 것으로 전망하고 있다. 또한 글로벌 금융기업인 골드만삭스, 마스터카드와 2019년 8월 실물카드(애플카드)를 출시하였다. 이처럼 애플은 생태계 내 결제 기능을 강화함으로써 아이폰 이용자에게 락인(Lock-in) 전략을 구사했다.

페이스북은 2019년 11월 자사 SNS 서비스인 페이스북, 인스타그램, 왓츠앱 등에서 사용 가능한 통합 결제 서비스 ‘페이스북 페이’를 출시하였으며, 페이스북 애플리케이션으로 이용할 수 있다는 특징이 있다. 페이스북 페이 발표에 앞서 2019년 6월 스테이블 코인 프로젝트인 ‘리브라(Libra)’를 발표하여 전세계의 주목을 받았다. 리브라는 당국과 연합 기업의 우려로 역풍을 맞았으나, 금융 당국으로부터 문제로 지적 받을 수 있는 부분을 사전 차단하기 위해 개선된 ‘리브라 백서 2.0’을 발표(2020년 4월)하였다. 이후 2020년 12월에는 ‘디엠(Diem)’으로 리브랜딩하여 2021년 1월 스테이블 코인 ‘디엠달러(가칭)’를 발행하기 위해 준비하고 있다.

[최근 GAFA의 금융서비스 관련 투자 현황]

| 투자기업 | 피투자기업 | 투자일 | 투자유형 | 투자규모 (백만 달러) | 피투자기업 주요 사업부문 |
|------|----------------------------------|-----------|---------------------------------|--------------|------------------------------------|
| 구글 | Gojek | 17-Mar-20 | Later Stage VC (Series F) | 3,000 | Logistics |
| | Ember Fund | 07-Jan-20 | Accelerator/Incubator | - | Financial Software |
| | Sidewalk Infrastructure Partners | 03-Sep-19 | Early Stage VC (Series A) | 400 | Other Capital Markets/Institutions |
| 아마존 | BankBazaar.com | 02-Jun-20 | Later Stage VC (Series D1) | 6 | Information Services (B2C) |
| | Gojek | 30-Apr-20 | Later Stage VC | 1 | Logistics |
| | Capital Float | 11-Apr-20 | Later Stage VC (Series E) | 14 | Financial Software |
| | Acko General Insurance | 23-Nov-19 | Later Stage VC (Series C) | 65 | Multi-line Insurance |
| | INLT | 25-Sep-19 | Merger/Acquisition | - | Financial Software |
| | Future Coupons | 22-Aug-19 | Secondary Transaction - Private | - | Other Financial Services |
| 페이스북 | Gojek | 17-Mar-20 | Later Stage VC (Series F) | 3,000 | Logistics |
| | Signzy | 17-Jul-19 | Accelerator/Incubator | - | Financial Software |
| | ftcash | 17-Jul-19 | Accelerator/Incubator | - | Financial Software |
| | MakersPlace | 24-Apr-19 | Seed Round | 2 | Business/Productivity Software |
| | Vexi | 12-Apr-19 | Accelerator/Incubator | - | Financial Software |
| | Chainspace | 04-Feb-19 | Merger/Acquisition | - | Business/Productivity Software |
| 애플 | Mobeewave | 01-Aug-20 | Merger/Acquisition | 74 | Financial Software |

Source: Pitchbook, 2020년 8월 7일 기준
 Note: 검색 기준은 피투자기업 해당 산업-금융산업, 투자기업-Alphabet(Google 모회사), Amazon.com, Apple, Facebook임

앞서 언급한 아마존의 경우, '은행을 언번들링하고 있다(Amazon is unbundling the bank)'는 말이 나올 정도로 공격적인 금융서비스를 선보이고 있다. 아마존은 2007년 최초의 결제 시스템인 'pay with Amazon'을 시작으로 2011년 'Amazon Webpay' 등 다양한 결제 사업을 발표해왔다. 하지만 모두 성공한 것은 아니며, 그럼에도 불구하고 지속적인 인재영입, 기업 인수 등을 통해 현재는 Amazon Go, Amazon Cash, Amazon Lending 등 수많은 혁신 금융서비스를 내세우면서 금융업에서의 영역을 확장하고 있다.

미국의 빅테크 대표 4개사의 금융업에서의 활약은 확대되고 있으며, 각 사의 강점과 기회를 활용하여 기존 금융 기업의 서비스보다 다양하고 혁신적인 서비스를 지속적으로 내놓을 것으로 예상된다. 이를 위해 기존 대형 금융사들과 파트너십을 맺기도 하고, 풍부한 자본을 바탕으로 필요시 중소형 기업을 인수하기도 한다. 한편, 금융산업에서의 혁신 동력으로 핀테크, 테크핀을 장려했던 각국 정부들이 금융산업에서의 빅테크의 영향력이 확대되자 규제하려는 움직임도 포착되고 있다. 특히 GAFA의 경우 전세계에서 사업을 영위하고 있어 미국뿐만 아니라 유럽에서도 강화된 규제의 영향을 받기에 향후 빅테크가 사업을 확장하는 데 위협 요인이 되고 있다.



“

중국의 BATJ, 혁신
친화적 규제 환경에
힘입어 금융산업에 적극
진출

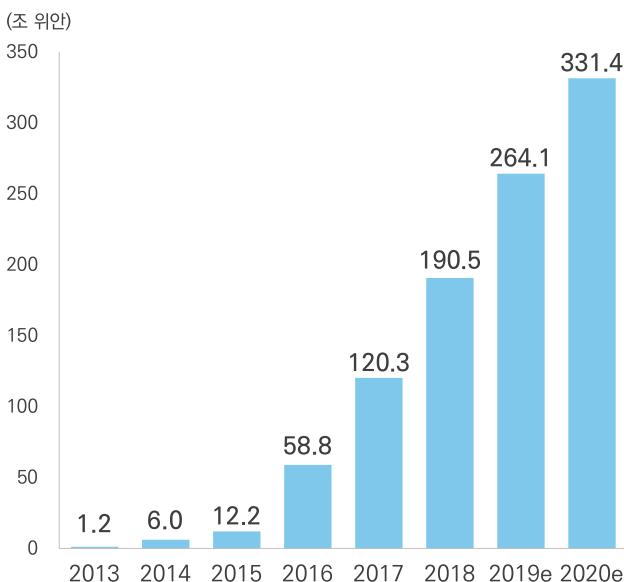
”

중국 빅테크 기업 동향

중국은 전반적으로 금융 접근성이 낮고 금융 감독 체계가 미국이나 유럽 등 금융 선진국보다 미비했던 점, 정부의 핀테크 및 신사업 육성을 위한 적극적인 지원 정책 등의 요인들로 인하여 기술 기반 기업이 금융업에서 급격히 성장했다. 중국의 빅테크 기업들은 자국의 인구대비 은행 이용 비율이 낮다는 점을 간파하고 혁신 친화적 규제 환경에 힘입어 금융산업에 진출하여 활약하고 있다. 현재 중국에서는 BATJ로 대표되는 바이두(Baidu), 알리바바(Alibaba), 텐센트(Tencent), 징둥닷컴(JD.com) 등 4대 인터넷 기업이 결제에서 은행업, 보험·투자에 이르기까지 다양한 금융서비스를 제공하고 있다.

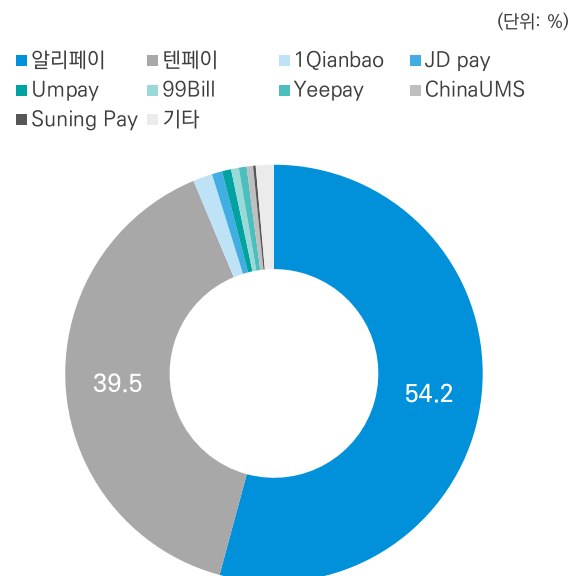
특히 모바일 결제 시장을 통해 중국 빅테크 기업이 금융산업에 미치는 영향을 가늠해 볼 수 있다. 최근 중국에서는 ‘구걸도 QR코드로 한다’는 말이 나올 정도로 모바일 결제가 활발한데, 신용 및 직불카드와 같은 기존 지급결제 수단이 확산되지 않은 환경에서 스마트폰 보급률이 높아지면서 모바일 결제 서비스가 자리매김했기 때문이다. iResearch에 따르면 2013년부터 2018년까지 중국의 제3자 모바일 결제 거래 규모는 연평균 175.5% 성장했으며, 2020년에는 331.4조 위안 규모에 달할 것으로 예상된다. 중국에서 모바일 결제가 활성화될 수 있던 이유 중 하나는 알리바바와 텐센트의 모바일 결제 수단 시장 진출과도 관련된다. 중국에서는 신용카드 발급 조건이 까다롭고 높은 수수료를 부과하고 있었기 때문에 알리페이나 텐페이가 현금 사용에서 모바일 결제로 이행되는 촉매제 역할을 했다. 중국 내 모바일 결제 시장 점유율을 살펴보면 알리페이(Alipay, 54.2%), 텐페이(Tenpay, 39.5%) 순으로 나타나, Top2 기업이 전체 시장의 90% 이상을 차지하는 것을 알 수 있다.

[중국 제3자 모바일 결제 거래 규모 추이]



Source: iResearch, China's Third-Party Mobile Payment Market Soared 58.4% in 2018 (2019.5.6)

[중국 모바일 결제 시장점유율 (2019년 2분기 기준)]



Source: iResearch, China's Third-Party Mobile Payment Transactions Rose 22.6% in Q2 2019 (2019.10.17)

“ 금융인프라가 선진화되지 않은 중국에서 빅테크 기업들은 내수시장에서의 성공을 기반으로 플랫폼과 데이터로 고객을 포섭



중국 빅테크 기업은 공통적으로 내수시장에서 크게 성공하고 플랫폼과 데이터를 이용하여 고객을 적극적으로 포섭하는 전략을 펼친다. 각 기업별로 중국 내수 시장의 문화적 특성을 고려한 인터넷 검색(바이두), 전자상거래(알리바바, 징둥닷컴), SNS(텐센트) 기반 플랫폼을 구축하여 광범위한 이용자가 자사 플랫폼에 유입되도록 하고, 빅데이터를 활용한 금융서비스를 제공하고 있다. 더불어 이들은 다양한 금융서비스에 인공지능(AI)과 같은 기술을 접목하여 서비스를 고도화하고, 새로운 이용자를 플랫폼으로 유인하여 지속적으로 성장 중이다.

전자상거래를 기반으로 하는 알리바바의 경우 금융 자회사인 앤트그룹(Ant Group, 구 앤트 파이낸셜)을 설립하여 알리페이 서비스를 제공하고 있는데, 알리페이는 모회사인 알리바바의 전자상거래 사업 성장의 핵심 동력이자 핀테크 관련 기술을 축적하는 근간으로 작용하였다. 또한 자체적인 신용평가를 통해 제도권 금융에서 소외된 계층에게 소액 대출 서비스를 진행하고 있으며, 텐홍(天弘)자산운용과 함께 위어바오(Yue Bao)라는 글로벌 최대 MMF(Money Market Fund)를 운용하고 있다. BATJ 중 금융업에서의 입지가 가장 탄탄하다고 볼 수 있지만, 최근 중국 정부의 거대 기술 기업에 대한 규제가 심화되고 있어 앤트그룹의 상장이 중단되는 등 어려움을 겪고 있다.

텐센트는 국민 메신저로 자리잡은 11억 명의 위챗 이용자를 강점으로 내세워 위챗페이를 성공시켰으며, 2014년 12월 은행업 허가를 받아 중국 1호 인터넷 전문은행 위뱅크를 설립해 빅데이터, 인공지능, 클라우드 컴퓨팅 기술을 무기로 개인과 중소기업을 위주로 영업하고 있다. 중국 최대 민영 보험사 핑안보험과 합작(알리바바도 참여)하여

[BATJ의 금융업 관련 플랫폼 및 서비스 현황]

| | 바이두 | 알리바바 | 텐센트 | 징둥닷컴 |
|-----------|----------|----------------|-------------|-----------------|
| 핵심사업 | 인터넷 검색 | 전자상거래 | SNS | 전자상거래 |
| 금융부문 대표기업 | 두샤오만파이낸셜 | 앤트파이낸셜 | - | JD Digits |
| 결제 | 두샤오만페이 | 즈푸바오(알리페이) | 차이푸통(텐페이) | Paypal, 징둥쯔푸 |
| 대출 | 여우첸화 | 마이소대 | 웨이리따이 | 商流파이낸스, 징둥바이티아오 |
| 자산관리 | 바이두재테크 | 자오차이바오, 위어바오 | 리차이통 | 징둥샤오진쿠 |
| 펀드 | - | 텐홍기금(최대주주) | 관련업체 투자 | - |
| 인터넷보험 | 바이안보험 | 중안보험 | 중안보험 | 징둥보험 |
| 증권 | - | 관련업체 투자 | 텐센트증권 | 바이티아오ABS |
| 인터넷은행 | 바이신은행 | 마이뱅크(MyBank) | 위뱅크(WeBank) | - |
| 신용정보 | - | 즈마신용 | 텐센트크레딧 | - |
| 클라우드펀딩 | - | 마이다커, 타오바오클라우드 | - | 징둥클라우드펀딩, 징둥동가 |

Source: 한국금융연구원, 중국 FinTech 기업 4사 "BATJ"의 금융업 전개 동향, 금융브리프 27권 18호(2018.09.01.~09.14.), p.25 수정 인용

중안보험을 설립하고 보험업에 정보통신기술을 적용해 인슈테크(InsurTech)의 선두주자로 자리매김했다. 2019년 1월부터 알리바바의 즈마신용과 같은 ‘위챗 신용 점수 (텐센트 크레딧)’ 서비스를 론칭한 가운데, 최근에는 홍콩증권선물위원회(SFC)로부터 허가를 받아 블록체인 기반의 가상 은행을 설립한다는 계획을 발표하여 미래 디지털 자산 거래 시장을 준비하고 있다. 최근 들어 금융서비스 관련 투자에 적극적인 행보를 보이고 있는데, 중국 외 지역(특히 유럽)의 핀테크 업체에 대한 투자를 늘려 나가고 있다. 이는 텐센트가 직접 진출이 어려운 선진 금융 시장에서 떠오르는 기업에 투자함으로써 금융 분야의 매출을 키울 수 있기 때문이며, 추후 지분 투자나 M&A를 통해 비교적 용이하게 해외에 진출할 수 있을 것으로 예상된다.

중국의 구글로 불리는 바이두는 구글이 중국에서 철수한 이후 중국 내 검색 포털 시장을 장악하며 성장했다. BATJ 중 금융산업에 진출한 시기는 늦은 편이지만 대출플랫폼 여우첸화, 자산관리 플랫폼 바이두재테크, 인터넷 보험 바이안보험 등 다양한 플랫폼 기반 금융서비스를 운영하고 있으며, 중신은행과 합작하여 인터넷은행인 바이신은행도 설립했다. 2018년 ‘두샤오만파이낸셜’로 금융사업부를 별도의 자회사로 분사하여 금융 사업 부분의 내실을 다지기 위해 노력하고 있는 가운데, 블록체인과 인공지능(AI) 기술 연구 개발에 집중하고 있다.

[최근 BATJ의 금융서비스 관련 투자 현황]

| 투자기업 | 피투자기업 | 투자일 | 투자유형 | 투자규모(백만 달러) | 피투자기업 산업 |
|------|---|-----------|-------------------------------------|-------------|--------------------------|
| 알리바바 | PandaCredit | 09-Dec-19 | Seed Round | - | Consumer Finance |
| | Ant Group | 23-Sep-19 | Corporate | - | Financial Software |
| | China International Capital Corporation | 14-Feb-19 | Secondary Transaction - Open Market | 231 | Investment Banks |
| 텐센트 | KhataBook | 20-May-20 | Early Stage VC (Series B) | 60 | Financial Software |
| | N26 | 05-May-20 | Later Stage VC (Series D) | 570 | Consumer Finance |
| | Airwallex | 18-Apr-20 | Later Stage VC (Series D) | 160 | Financial Software |
| | Voyager Innovations | 06-Apr-20 | PE Growth/Expansion | 120 | Financial Software |
| | Qonto | 17-Jan-20 | Later Stage VC (Series C) | 116 | Financial Software |
| | Lydia Solutions | 15-Jan-20 | Later Stage VC (Series B) | 45 | Financial Software |
| | Ualá | 25-Nov-19 | Later Stage VC (Series C) | 150 | Financial Software |
| | KhataBook | 30-Sep-19 | Early Stage VC (Series B) | 83 | Financial Software |
| | KhataBook | 17-Sep-19 | Early Stage VC (Series A) | 25 | Financial Software |
| | Nubank | 30-Jul-19 | Later Stage VC (Series F) | 400 | Other Financial Services |
| | Niyo | 09-Jul-19 | Early Stage VC (Series B) | 35 | Financial Software |
| | TrueLayer | 04-Jun-19 | Later Stage VC (Series C) | 35 | Financial Software |
| | Blue Whale Holdings | 01-May-19 | Early Stage VC | - | Consumer Finance |
| | Airwallex | 25-Mar-19 | Later Stage VC (Series C) | 100 | Financial Software |
| 징둥닷컴 | JD Digits | 26-Jun-20 | Corporate | 251 | Consumer Finance |

Source: Pitchbook, 2020년 8월 7일 기준

Note 1: 검색 기준은 피투자기업 해당 산업-금융산업

Note 2: 바이두는 2019~2020년 집계된 금융서비스 관련 투자 내역 없음

알리바바에 이은 중국 2위 전자상거래 플랫폼 기업 징둥닷컴은 2012년 페이팔(Paypal) 중국 사업부문을 인수하면서 제3자 결제 서비스를 제공하기 시작했으나, 알리페이와 텐페이가 이미 시장을 선점하고 있었기에 중소기업 대출상품 판매에 집중하여 경쟁력을 확보했다. 현재는 자산관리와 소규모 대출 등 온라인 금융서비스를 제공하는 대표적인 빅테크 기업으로 자리잡았으며, 독일 보험사 알리안츠(Allianz)의 중국 법인 지분 일부를 인수하여 인터넷 보험 시장에도 진출했다. 징둥닷컴은 2018년 11월 금융 자회사 JD 파이낸스를 JD Digits(징둥 디지털과학기술)로 브랜드를 변경하여 핀테크, 도시 컴퓨팅(urban computing), 농업, 캠퍼스 서비스(campus services), 디지털 마케팅 부문을 강화하는 전략을 발표했다. 이를 통해 징둥닷컴은 최첨단 디지털 기술을 중심으로 금융뿐만 아니라 다양한 분야에 비즈니스를 확대해 나가는 행보를 보인다.

글로벌 빅테크 관련 규제 동향

2008년 금융 위기는 규제 당국이 금융산업의 경쟁에 대해 새롭게 생각해 볼 수 있는 요인이 되었다. 금융산업에도 적절한 경쟁이 필요하다고 판단한 각국 규제(감독) 기관은 핀테크나 빅테크 등이 금융산업에 진입하는 것을 적극적으로 장려하였고, 이에 따라 다양한 플레이어들이 금융 생태계를 구성하면서 규제의 울타리에 둘러싸인 금융산업은 혁신과 경쟁의 장으로 변모하게 되었다. 오픈뱅킹, 규제 샌드박스 등으로 대변되는 오픈 이노베이션(Open Innovation)이 전세계적인 금융산업의 트렌드로 자리 잡고 비금융산업에서 활약하던 기업들이 금융산업으로 몰려들면서 여태까지 보지 못했던 금융서비스가 탄생하고 발전하고 있다. 특히 코로나19로 인하여 비대면 거래와 이를 지원하는 체계에 대한 정부의 관심과 지원도 높아지고 있다.

하지만 최근 들어 공정한 경쟁에 대한 우려, 금융안정성 등의 문제가 제기되면서 감독 기관들은 빅테크에 대한 규제 움직임을 보이고 있다. 규제는 크게 (1) 공정한 경쟁을 위한 독과점 금지, (2) 개인정보 등 프라이버시(privacy) 보호, (3) 금융시스템 안정성 확보 및 리스크 최소화 등의 유형으로 논의되는 중이다.

EU집행위원회(EC)에서는 금융 인프라에 대한 접근, 사업 영역의 제한 측면에서 기존 금융회사와 빅테크간 공정한 경쟁이 보장될 수 있도록 여건을 마련해야 한다는 권고안을 제시했다. 국제결제은행(BIS)에서도 금융시스템 내에서 은행의 건전성 유지가 중요하기 때문에 다양한 규제가 적용되는 것처럼 빅테크도 은행 업무(banking activities)를 수행할 경우 은행에 적용되는 규제가 동일하게 적용되어야 한다(same activity, same regulation)고 주장하였다. 즉, 금융회사가 소비자 보호를 위해 엄격한 최소 자본 요건, 유동성 요건을 충족하는 것과 같이 빅테크가 금융업을 영위하는 경우 같은 원칙을 적용해야 함을 강조하였으며, 전통 금융회사가 받는 엄격한 규정 중 하나인 KYC(Know Your Customer)가 빅테크의 지급결제 사업에도 동일하게 적용되어야 하며, 전자화폐(e-money) 발행자의 법적책임을 물을 수 있는 새로운 규정이 필요하다고 지적하였다.

“
금융산업의 경쟁을
장려하던 각국 정부는
공정한 경쟁과 금융안정성
등의 이슈 발생으로
빅테크에 대한 규제
입장으로 선화하는 모습

”

“

글로벌 빅테크 기업의
규제 흐름은 1) 독과점
금지, 2) 개인 프라이버시
보호, 3) 금융시스템
안정성 보장 등을 주요
골자로 함

”

금융안정위원회(Financial Stability Board, FSB) 또한 빅테크의 금융업무 수행이 금융안정성을 위협할 가능성에 대해 경고하고 빅테크에 대한 규제 적용이 필요하다고 보았다. 다만 빅테크에 적용하는 규제의 범위나 강도에 대한 고민이 필요하며, 빅테크의 금융업무에 대한 규제를 적용하기 위해서는 현재의 규제 프레임워크가 개별 법인(entity-based)에 근거한 방식에서 행위별(activity-based) 접근방식으로 전환되어야 한다고 하였다.

국제적인 규제 기관의 움직임과 같은 방향으로 다양한 국가에서 빅테크의 금융서비스에 관한 규제가 펼쳐지고 있다. 미국에서는 대형 IT 기업의 독과점 위반 사항을 살펴보기 위해 법무부가 조직을 구성하여 조사에 나섰으며, 빅테크 기업의 개인정보 이용 투명성 보장 등을 위해 규제를 강화하였다. EU에서는 독점방지법을 적용하여 위반 시 과징금을 부과하고, GDPR(General Data Protection Regulation, 일반개인정보보호법) 제정을 통해 데이터의 자기 결정권을 정립하고 개인정보보호 규제 위반 시 해당 기업에 막대한 과징금을 부과할 수 있도록 하였다. 또한 프랑스는 디지털 서비스에 관하여 글로벌 매출액 7억 5,000만 유로와 자국내 2,500만 유로를 동시에 넘을 경우 디지털 서비스 매출에 3%의 디지털 서비스세를 부과하는 방안을 2019년 7월부터 시행하고 있으며, OECD·G20에서도 디지털세 시행이 논의되고 있다.

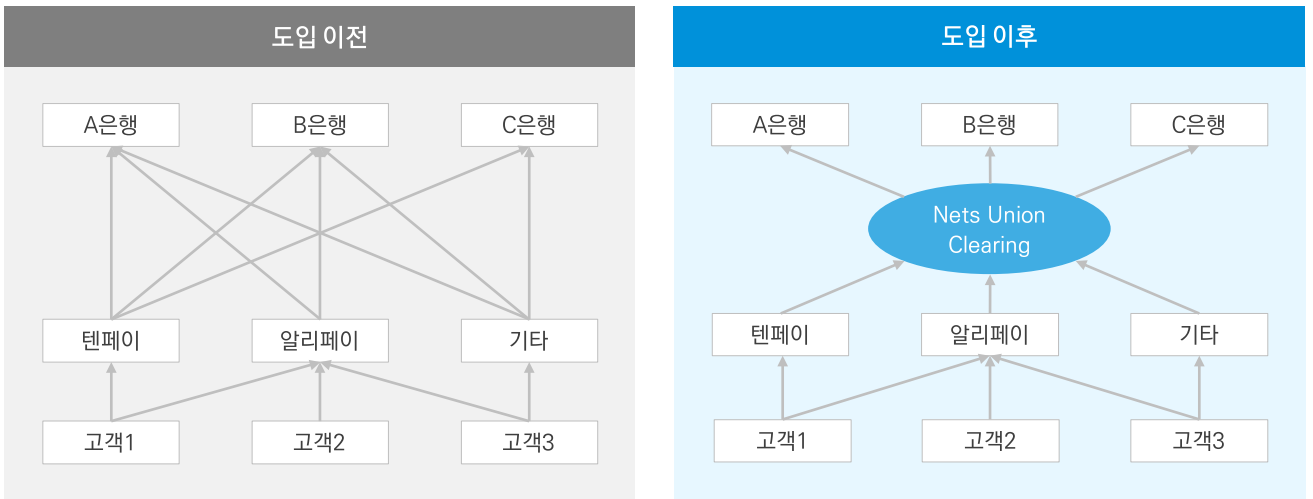
[글로벌 빅테크 기업 규제 현황]

| 규제 유형 구분 | 규제 현황 |
|--------------|--|
| 독과점 금지 | <ul style="list-style-type: none"> • EU집행위원회(EC): 금융 인프라 접근, 사업 영역 제한 등 기존 금융회사와 빅테크의 공정한 경쟁이 보장될 수 있도록 여건 마련 필요 • EU: 독점방지법 적용하여 위반 시 과징금 부과 • 프랑스: 2019년 7월부터 디지털 서비스 과세 시행 • 미국: 법무부에서 반독점법 조사반 구성하여 조사 |
| 개인 프라이버시 보호 | <ul style="list-style-type: none"> • 미국: 빅테크 기업의 개인정보 이용 투명성 보장 등을 위해 규제 강화 (캘리포니아주 소비자 프라이버시법 등) • EU: GDPR 제정으로 개인정보보호 규제 위반 시 과징금 부과 |
| 금융시스템 안정성 보장 | <ul style="list-style-type: none"> • 국제결제은행(BIS): 빅테크가 은행 업무(banking activities) 수행 시, 은행에 적용되는 규제가 동일하게 적용되어야 함(same activity, same regulation) • 금융안정위원회(FSB): 빅테크의 금융업무 수행이 금융안정성 위협 가능성 존재함에 따라 빅테크에 대한 규제 적용이 필요 • 중국: 인터넷 결제업무는 통합결제시스템(왕롄)을 통해서만 가능하도록 제도 신설, 비금융회사의 고객 결제자금 임의 투자 금지, 비금융회사 신용평가시스템이나 대출상품에 대한 안정성 규제 등 |

Source: 금융결제원, 빅테크·핀테크의 금융시장 진출 및 시사점, 지급결제와 정보기술 75호(2020.6), p.90, 삼정KPMG 경제연구원

핀테크에 대하여 네거티브 규제 방식(법을 등으로 금지한 행위가 아니면 모두 허용하는 방식)을 채택하고 있는 중국 또한 최근 빅테크의 대형화에 따른 부작용을 인식하고 규제를 강화하는 모습이다. 2017년 말 중국 정부는 ‘금융리스크 방지’를 2018년 중요 정책과제 중 하나로 선정했고 중국 인민은행은 인터넷 결제업무를 취급하는 업체들에 통합결제시스템인 ‘왕롄(Nets Union Clearing, NUC)’을 도입했다. 이에 따라 2018년 6월 30일부터 제3자 결제서비스기업이 왕롄을 통해서만 결제업무를 처리하도록 하여 금융당국의 통제 하에 들어갔다. 2021년 1월에는 기술 기업을 대상으로 한 규제를 담은 공산당의 5개년 계획 보고서가 공개되어 디지털 경제, 인터넷 금융 관련 규제 체계가 강화될 것으로 보인다. 실제로 중국의 BATJ 등 핀테크 선도 기업들이 정부의 기조 변화에 따라 금융업 확대에서 금융기술 개발로 금융업에 대한 전략을 수정하고, 시장 저변 확대를 위해 아세안(ASEAN) 등 신시장 진출에 박차를 가하고 있다.

[중국의 통합결제시스템 왕롄(NUC) 도입]



Source: BIS(2019), BIS Annual Economic Report 2019, p.70



[Appendix] 빅테크의 금융산업 진입에 따른 다양한 규제

최근 글로벌 금융산업에서는 빅테크에 대해 장려 정책과 규제가 공존하는 형국이며, BIS는 금융산업 내 빅테크에 적용되는 각종 정책을 ‘규제 나침반(regulatory compass)’으로 제시한 바 있다.

규제 나침반의 남쪽과 북쪽은 각각 금융산업에 빅테크의 신규 진입을 장려 또는 규제하는 정책을, 동쪽과 서쪽은 데이터 사용(처리)을 어떻게 선택하는가에 대한 정책 방향성을 나타낸다. 남쪽은 엄격한 진입 제한, 북쪽은 자유로운 진입 장려, 동쪽은 데이터 재산권을 고객에게 주는 것, 서쪽은 데이터 사용에 관한 빅테크 기업의 제한적 접근을 뜻한다.

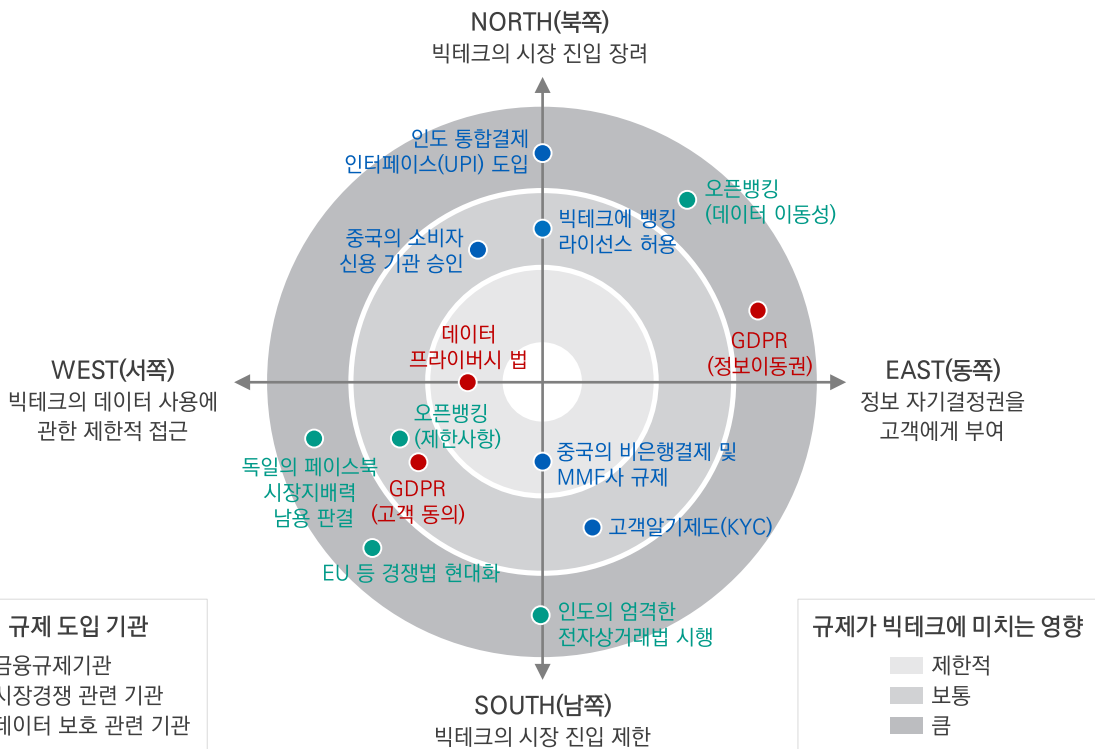
즉, 규제 나침반은 빅테크에 적용되는 각종 정책은 금융 관련 법분만 아니라, 각국의 경쟁법이나 데이터보호법과도 연계되어 있음을 나타낸다.

예를 들어, 독일 당국의 페이스북 데이터 수집 규제, 유럽연합(EU) 등의 경쟁법 현대화를 통한 공정한 경쟁의 장 조성을 위한 움직임 등은 경쟁 감독기관이 주도한 정책으로 분류된다.

특히, 2018년 시행된 영국의 오픈뱅킹 정책 중 금융사의 데이터를 제3자에게 API로 개방한다는 점은 고객에게 정보의 자기결정권을 확보해주었고, 빅테크에게는 새로운 사업 기회를 제공하는 효과가 발생했다. 그러나 데이터 유형, 참여기관, 고객 동의 등이 수반되다는 점에서는 빅테크의 고객 데이터 활용이나 금융산업 진출을 일정부분 제한하는 효과를 가져다 주었다.

다양한 규제 기관에서 빅테크의 금융권에서의 활동에 관한 논의는 금융 시스템 내에서 효과적인 경쟁, 효율성, 건전성 측면에서 현재 진행형이며, 균형 있는 금융산업의 발전을 위한 각국의 노력은 지속될 전망이다.

[금융산업 내 빅테크 관련 글로벌 규제 나침반]



Source: BIS(2019), BIS Annual Economic Report 2019, p.71

국내 빅테크 기업의 금융업 진출과 경쟁 본격화

“모바일을 통한 새로운 금융서비스에 대한 접근성 확대로 국내 금융산업은 기존 금융사-빅테크-핀테크의 격전지로 변모

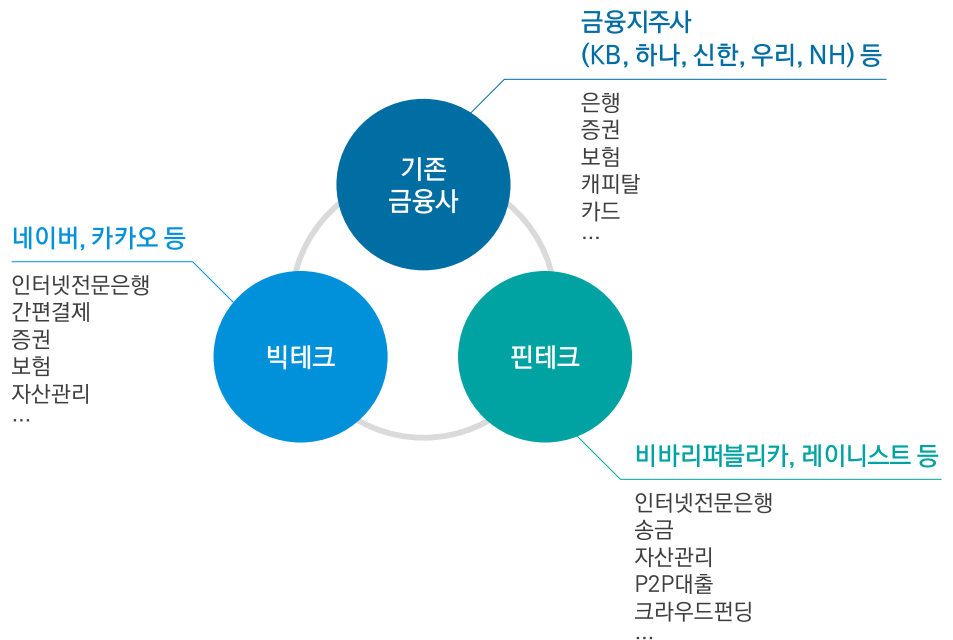
”

금융사-빅테크-핀테크의 격전지가 된 국내 금융산업

우리나라에서도 빅테크와 핀테크의 돌풍은 오프라인(지점)에서 모바일로의 채널 변화, 빅데이터, 사물인터넷(IoT), 보안, 인증 등 기술 발달과 함께 금융산업 내 구현되면서 금융산업의 자금 수요 및 공급자, 금융수단, 금융중개기관의 가치사슬(Value Chain)을 비롯하여 경쟁구도와 규제체계에 이르기까지 산업 전반을 재편하고 있다. 한국은 금융 인프라가 발전했음에도 스마트폰 침투율이 높은 대표적인 국가로서 모바일을 통해 새로운 금융서비스를 빠르게 접할 수 있다. 이렇게 모바일 채널에서 금융서비스를 경험한 고객의 기대 수준이 높아지고, 이는 금융산업 내 새로운 니즈를 만들어냈다. 더불어 모바일이라는 채널 특성상 더욱 편리한 서비스가 탄생하면 고객들은 빠르게 다른 서비스로 이동할 수 있게 되면서, 전통적인 금융사가 지배하고 있던 국내 금융산업은 빅테크, 핀테크 기업의 격전지가 되었다.

최근 국내 금융산업 내 주요 플레이어들은 기존 금융사, 핀테크, 빅테크 등이 중심이 되고 있다. 국내에서는 간편송금 애플리케이션 ‘토스(Toss)’로 유니콘으로 성장한 비바리퍼블리카(이하 ‘토스’)와 모바일로 한 눈에 다양한 자산 현황을 파악할 수 있는 ‘뱅크샐러드’ 서비스를 제공하는 레이니스트 등 핀테크 업체가 등장하여 대표적인 플레이어로 자리매김했다. 이어 테크핀(TechFin)의 저변이 넓혀진 환경에 네이버, 카카오 등 고객 접점을 확보한 플랫폼 기업이 뛰어들면서 경쟁강도가 약했던 금융 생태계에서 메기효과를 불러일으키고 있으며, 금융지주사 등 기존 금융사들은 대대적으로 디지털 전환(Digital Transformation)을 추진 전략으로 앞세우며 다양한 금융서비스를 선보이며 경쟁하고 있다.

[국내 금융산업 내 주요 플레이어 유형]



Source: 삼정KPMG 경제연구원

“

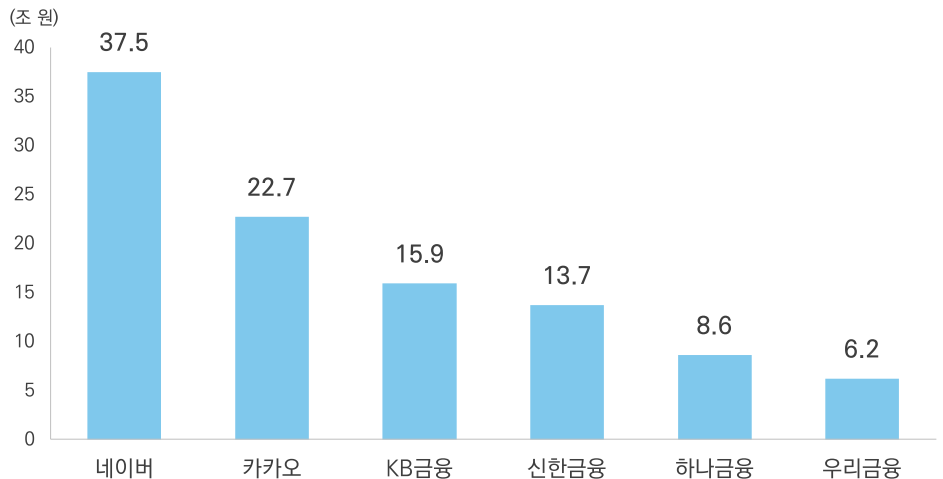
2014년부터 본격적으로
금융업에 진출한 빅테크
기업은 슈퍼앱을 지향하며
종합 금융업자로 발전

”

국내 빅테크 기업 동향

국내에서는 2014년부터 대형 IT 기업이 전자금융업자로 등록하여 간편결제·간편송금 서비스를 개시하면서 금융산업에 본격적으로 진출하였다. 대표적인 IT 기업인 네이버와 카카오는 모두 간편결제 또는 간편송금을 기본 서비스로 제공하고 있으며, 강력한 고객 기반을 바탕으로 금융산업에서의 영역을 넓히는 중이다. 글로벌과 마찬가지로, 국내 주요 빅테크 기업의 시가총액은 이미 4대 금융지주사의 시가총액을 넘어섰다. 뿐만 아니라, 네이버파이낸셜과 카카오페이는 아직 상장하지 않았음에도 기업가치가 대형 금융지주사의 시가총액에 버금갈 정도로 높게 평가되고 있는 등 빅테크의 금융서비스 돌풍은 미래 금융을 논할 때 빠질 수 없는 요소가 되었다. 토스의 경우, 초기 IT 기반으로 금융업에 진출한 사례는 아니지만, 핀테크 기업 중 유일하게 유니콘으로 선정되어 기업가치를 인정받으며, 2018년 GA 설립 후 은행업까지 진출하며 국내 빅테크 기업의 금융업 진출 양상과 유사하게 제조와 판매 모두를 영위하고 있다.

[국내 주요 빅테크 기업과 금융지주사 시가총액]



Source: Bloomberg, 삼정KPMG 경제연구원
Note: 시가총액은 2020년 9월 14일 종가 기준

빅테크 기업이 금융업에 진출하게 되는 형태는 지급결제와 간편송금 등 고객 편의를 증진하는 서비스에서 시작해 고객 접점을 확보한 후, 기존 금융사와의 협업을 통해 금융상품을 유통(Distribution)하여 서비스를 확장하는 방식으로 진행되고 있다. 이후 은행, 보험, 증권 등 금융상품을 직접 제조(Manufacturing)하고 자체 플랫폼을 통해 직접 유통하는 종합 금융업으로 리번들링하는 모습이다. 더불어 빅테크 기업들은 이같은 리번들링 트렌드에서 전통적인 금융서비스뿐만 아니라, 검색, 교통, 쇼핑 등 생활금융 영역으로 서비스를 확장하면서 사용자 일상 생활과 관련된 모든 금융서비스를 하나의 플랫폼으로 제공하는 ‘슈퍼앱(Super-app)’을 지향한다. 이러한 방향성을 통해 빅테크 기업이 단순히 ‘있으면 쓰는’ 또는 ‘쓸 만한’ 금융 애플리케이션이 아니라 ‘없으면 불편한’ 플랫폼으로 발전할 수 있도록 하여, 금융 소비자의 니즈를 파고들면서 고품질의 데이터를 지속적으로 축적할 수 있는 구조를 구축하였다.

“ 카카오와 네이버는 각각 메신저, 검색 포털 플랫폼의 강점을 살려 금융 사업 영역을 넓히고 있음 ”

‘국민 메신저’ 자리를 수성하고 있는 카카오는 2014년 9월 카카오톡 애플리케이션에 간편결제·간편송금 서비스인 카카오페이 서비스를 탑재하면서 금융서비스를 시작했다. 카카오톡을 통해 접근이 용이해 회원수를 빠르게 늘린 카카오페이는 2017년 4월 독립법인으로 출범하여 금융사와 연계하여 신용조회, 대출비교 등 다양한 서비스를 추가했다. 2017년 7월에는 인터넷전문은행인 카카오뱅크를 설립하고 본격적으로 금융산업에 진출하면서 메기효과를 일으킨 대표적인 기업으로 인정받고 있다. 이어 2018년 10월 바로투자증권 지분 60%를 인수하면서 2020년 2월부터 증권업에도 진출했으며, 2019년 7월 인슈테크(InsurTech) 기반 통합 보험 서비스 플랫폼 인바이유를 인수하여 디지털 보험사 설립도 추진하고 있다. 이처럼 카카오는 카카오뱅크와 카카오페이를 필두로 금융당국의 직접 라이선스를 취득하여 독자적으로 사업을 추진하면서 기존 금융사와 제휴도 맺으면서 협공으로 금융산업을 공략하고 있다.

국내 대표 검색 포털인 네이버는 이미 많은 사람들이 보유하고 있는 네이버ID를 기반으로 쇼핑몰에서 번거롭게 회원가입을 하지 않고도 간편하게 상품을 구매할 수 있는 장점을 내세워 온라인 간편결제 서비스 ‘네이버페이’를 확장해 나갔다. 2019년 11월 금융사업 부문을 분사하여 네이버파이낸셜을 설립하고 같은 해 12월에는 미래에셋대우로부터 7,993억 원을 투자 받으면서 빅테크로서 본격적으로 주목을 받았다. 이후 미래에셋대우와 연계한 ‘네이버통장’을 출시하기도 했으며, 2020년 6월에는

[국내 빅테크 기업의 금융 사업 현황]

| | 네이버 | 카카오 | 토스 |
|----------------------|--|---|---|
| 금융관련 자회사· 손자회사 | <ul style="list-style-type: none"> • 네이버페이('15.6월) → 네이버파이낸셜('19.11월~) • NF보험서비스('20.6월) | <ul style="list-style-type: none"> • 카카오페이('14.9월) • 카카오뱅크('17.7월) • 카카오페이증권('20.2월) | <ul style="list-style-type: none"> • 토스인슈어런스('18.11월) • 토스페이먼츠('20.8월) |
| 제공 서비스 | <ul style="list-style-type: none"> • 네이버페이: 네이버 회원 기반 가맹점 쇼핑, 디지털 콘텐츠 결제·배송 등 • 네이버통장: 미래에셋대우 CMA 통장 개설 대행 | <ul style="list-style-type: none"> • 카카오페이: 결제, 송금, 배송, 투자, 간편보험, 자산관리, 신용조회 등 • 카카오뱅크: 예적금 통장, 대출, 주식계좌 개설 등 | <ul style="list-style-type: none"> • 토스: 간편송금 서비스로 시작, 무료 신용등급 조회, 부동산 소액투자, 펀드 소액투자, 해외주식 투자, 간편환전 등 서비스 제공, '19년 4월 토스카드 출시 • 토스인슈어런스: 보험 자가점검, 상담 서비스 |
| 전략 및 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 국내 최대 검색 포털 네이버 기반 • 금융투자사 제휴를 통해 사업 확장 • 빅데이터 기반 사용자 맞춤형 자산관리 서비스 • 일본, 대만, 태국 등 해외 인터넷은행 진출 • 인공지능 등 기술력으로 신용평가시스템, 보안 등 차별화 | <ul style="list-style-type: none"> • 국내 최대 모바일 메신저 카카오톡 기반 • 직접 라이선스 확보(제도권 인가)를 지향 • 독자 금융 사업 추진과 동시에 금융사 제휴 상품도 출시 • 은행, 증권, 보험 등 금융플랫폼 연계 실명계좌 중심 서비스 확대 전략 • 카카오페이, '18년 바로투자증권 지분 인수(60%) 및 모빌* 인수, '19년 인바이유* 인수 | <ul style="list-style-type: none"> • 국내 최초로 공인인증서가 필요 없는 간편송금 서비스 도입 • 토스 애플리케이션에 새로운 기능 추가하면서 종합금융 플랫폼으로 진화 중 • '21년 제3 인터넷전문은행 '토스뱅크(가칭)' 출범 준비 • '20년 하반기 토스증권(가칭) 출범 예정 |

Source: 언론사 종합, 삼성KPMG 경제연구원 재구성
 Note: 모빌은 아파트 생활 애플리케이션 스타트업, 인바이유는 GA사

법인보험대리점(GA)업을 수행하는 보험자회사 'NF보험서비스'를 설립하면서 자체적인 대안 신용평가 시스템(ACSS) 구축으로 네이버쇼핑 중소기업(SME) 전용 대출상품 서비스도 개시할 예정이다. 이처럼 네이버파이낸셜은 금융·쇼핑·결제 간 상호 연결을 통한 시너지 강화를 핵심 비즈니스 모델로 내세우면서 연계 효과를 통해 플랫폼의 영향력을 넓혀가고자 한다.

한편, 네이버는 전자금융업자(네이버페이) 외에는 금융사를 소유하고 있지 않으며 간접적으로 금융업에 진출하고 있다. 이를 통해 네이버는 직접적으로 금융업을 영위하기 보다는 네이버 이용자와 입점 사업자들에게 금융 편의를 제공하려는 행보를 보이고 있다. 다만 이 같은 전략은 최근 화두로 떠오른 '기울어진 운동장'의 논거로 거론되기도 하며, 관련한 내용은 국내 금융산업을 둘러싼 주요 쟁점에서 후술하겠다. 국내와 달리 해외에서는 일본 자회사 라인(LINE)을 통해 일본, 대만, 태국, 인도네시아 등지에서 인터넷은행(라인뱅크), 대출, 벤처투자 등의 금융 사업을 진행하여 지급결제를 넘어선 종합금융플랫폼으로 발전하고 있다.

간편송금의 대명사로 불리던 토스는 핀테크 유니콘 기업으로 성장하여 슈퍼앱(Super-app)으로 진화하고 있다. 토스 애플리케이션을 플랫폼으로 활용하면서 신용등급조회, 간편환전 등의 서비스로 발전시켜나간 토스는 2018년 11월 GA 계열사 토스인슈어런스를 설립해 보험사들과 제휴하여 운전자보험, 해외여행보험 등 보험 상품을 선보인 바 있다. 이어 2019년 12월 제3 인터넷전문은행 토스뱅크 예비인가를 받으면서 핀테크에서 한 단계 더 나아가 고객과 직접적인 금융 거래가 가능해졌다. 2020년 8월에는 전자지급결제대행(PG) 계열사 토스페이먼츠를 공식 출범하고, 금융투자업 본인가를 신청하여 새로운 금융서비스를 끊임없이 준비 중이다. 카카오와 마찬가지로 금융업 관련 라이선스를 획득하여 제도권 내에서 금융업을 확장하려는 행보를 보이고 있으며, 대규모 투자금 유치로 스케일업도 지속하고 있어 다른 빅테크 기업과 차별화되면서 또 다른 메기로 성장할 수 있을 지 귀추가 주목된다.

“
핀테크 유니콘 토스는
제3 인터넷전문은행
출범을 앞두고 새로운
금융서비스를 끊임없이
준비 중

”



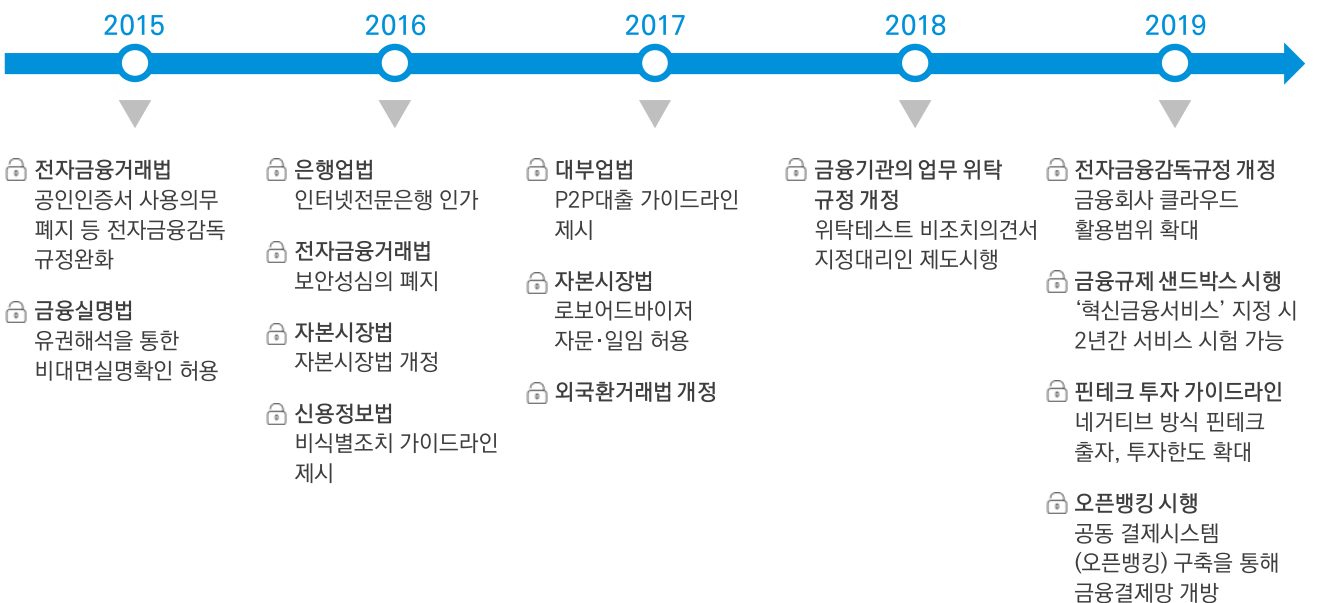
“ 금융혁신과 혁신성장을 위해 금융업 진입장벽을 꾸준히 완화하면서 다양한 플레이어의 시장 참여와 테크핀의 발전이 가속화 ”

국내 빅테크 관련 규제 동향

우리나라에서는 2013년부터 금융혁신과 혁신성장을 위해 핀테크를 육성하고 스타트업과 IT기업의 금융업 진출을 유도하기 위해 금융위원회 등을 중심으로 금융업 진입장벽을 꾸준히 완화하면서 금융산업의 경쟁강도가 높아지고, 산업 내 플레이어들이 활발하게 새로운 서비스를 출시하고 있다. 2015년부터는 'IT·금융 융합 지원방안' 마련을 통해 핀테크 육성을 정책적으로 추진하면서, 금융서비스의 혁신을 통한 소비자의 편의 제고와 금융산업의 발전에 기여하기 위한 발판을 본격적으로 마련하기 시작했다. 다양한 핀테크 규제 개선 정책들이 추진되면서 핀테크뿐만 아니라 빅테크도 금융혁신서비스사업자 또는 지정대리인으로 선정될 경우 금융업 라이선스나 별도의 영업·건전성규제, 대주주적격성 이슈 없이 금융업무를 수행할 수 있게 되었으며, 핀테크 발전 가속화를 위한 금융업 관련법 개·제정으로 빅테크 기업들도 금융시장에 적극적으로 뛰어들고 있다.

특히 2019년은 핀테크 규제 혁신이 가속화된 해라고 볼 수 있다. 2019년 1월 전자금융감독규정 개정안 시행을 통해 국내 소재 클라우드를 이용한 개인신용정보, 고유식별정보와 같은 중요정보 처리를 가능하게 허용함으로써 금융기관의 클라우드 활용 범위를 넓혔다. 4월에는 금융혁신지원특별법 시행을 통해 금융규제 샌드박스를 도입하였고, 12월에는 오픈뱅킹 시행을 통해 모든 은행과 핀테크 기업의 참여가 가능한 개방적인 공동 결제망을 출범했다. 2020년 6월 기준 오픈뱅킹 월간 API 이용건수는 1억 9천만 건(일평균 659만 건)에 달하여 가시적인 이용 활성화를 확인할 수 있으며, 금융결제원에 따르면 소비자 선택권과 금융편리성이 증대되는 등 금융산업 전반에 혁신이 촉진되고 있는 것으로 나타났다.

[국내 정책당국의 금융산업 관련 규제 개선]



Source: 삼성KPMG 경제연구원

2020년 1월에는 데이터 3법(개인정보보호법, 신용정보법, 정보통신망법) 개정안이 국회를 통과하여 개인 정보의 상업적 활용이 가능해짐에 따라, 방대한 데이터를 보유한 빅테크가 본격적으로 주목 받고 있다. 2020년 8월 5일부터 시행된 개정 신용정보법에 따른 마이데이터의 허가 수요 조사(2020년 5월 14일~5월 28일 실시) 결과 금융회사(55개 사), 핀테크 기업(20개 사), 비금융회사(41개 사) 등 다양한 산업의 116개 회사가 수요조사서를 제출한 것으로 나타났다. 구체적인 비금융회사의 정보는 알려지지 않았으나, IT기업, 통신, 유통 등에 속하는 기업들이 신청한 것으로 알려져 플랫폼을 중심으로 금융업에 확장하려는 빅테크도 새로운 금융 사업에 관심을 두고 규제 개선의 기회를 적극 활용하고자 하는 것으로 보인다.

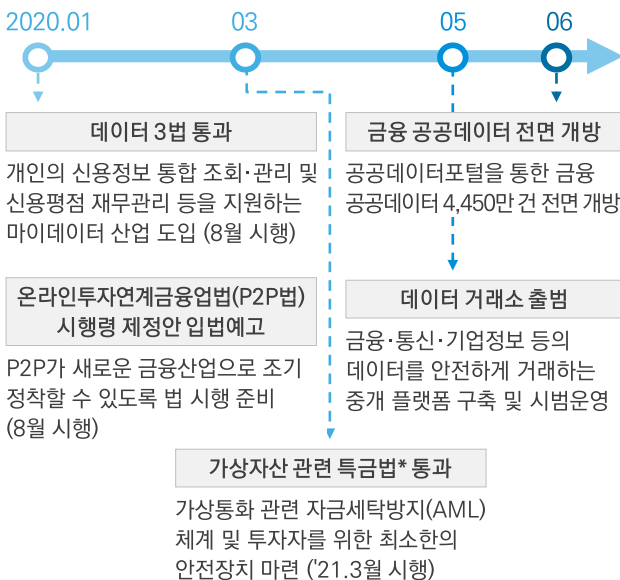
[국내 마이데이터 수요조사 결과]

| 분류 | 핀테크 | 금융회사 | | | | | | 비금융회사 | | |
|-------|-----|------|----|------|----|------|------|-------|-----|-----|
| | | 은행 | 여전 | 금융투자 | 보험 | 저축은행 | 상호금융 | IT 등 | CB사 | 통신사 |
| (개 사) | 20 | 12 | 10 | 17 | 11 | 4 | 1 | 36 | 3 | 2 |

Source: 금융위원회, 보도자료-금융분야 마이데이터 허가 수요조사(5.14~5.28일) 결과 (2020.6.3)
 Note: 비금융회사 중 IT 등은 빅데이터 분석, 소프트웨어 개발, 플랫폼, 포털, IT보안 등이 포함

금융위원회는 2020년 상반기에도 2019년부터 이어진 금융산업 개방 기초를 유지하는 한편, 2020년 7월에는 4차 산업혁명과 코로나19 등으로 금융의 디지털 전환이 가속화됨에 따라 디지털 금융을 대표적인 비대면 산업으로 꼽고, 국내 디지털 금융을 규율하는 전자금융거래법 개편 등이 포함된 '디지털금융 종합혁신방안'을 발표하였다.

[2020년 상반기 금융산업 관련 주요 정부 정책]



Source: 삼성KPMG 경제연구원
 Note: 특금법은 특정금융거래 및 지원법을 뜻함

[혁신 디지털 금융산업 육성 정책 (2020년 7월 발표)]

- 1 지급지시전달업(MyPayment)·종합지급결제사업자 신설**
 간편결제·송금, 계좌기반의 다양한 서비스 등이 가능한 금융 플랫폼 육성을 위해 마이페이먼트, 종합지급결제사업자 도입
- 2 전자금융업종 기능별 통합 및 간소화**
 서비스 용·복합 활성화를 반영하여 기능별로 통합(자금이체업, 대금결제업, 결제대행업)하고 단순화함(7개 → 3개)
- 3 최소자본금 인하 및 스몰라이선스 도입**
 소규모 특화 금융회사 신설이 용이해지도록 개별 금융업의 인·허가단위 세분화 및 진입요건 완화
- 4 소액 후불결제, 충전한도 상향 등 영업가능범위 확대**
 신용 기반의 후불결제(30만 원 수준) 방식 도입으로 국민 편의를 제고하고 선불수단 1회 충전한도를 200만 원에서 최대 500만 원으로 상향

Source: 금융위원회, 보도자료-「디지털금융 종합혁신방안」 발표 (2020.7.27), 삼성KPMG 경제연구원 재구성

“

금융 당국은 금융산업 개방
기조를 유지함과 동시에,
빅테크의 금융업 진출에
따른 리스크 관리 방안도
마련하고 있음

”

“

2020년 말, 금융회사-
빅테크-핀테크 모두의
혁신 촉진을 위해
규제 형평성 제고와
디지털금융 활성화를 위한
규제 개선 방안 마련

”

동 방안에서 지급지시전달업(MyPayment) 신설, 소액 후불결제 도입 등으로 빅테크 기업이 금융사를 통하지 않고도 (제한적이거나) 금융서비스를 직접 운영할 수 있게 되어 금융업에서 더욱 적극적인 비즈니스 영위가 가능해질 전망이다.

이와 동시에 디지털금융 종합혁신방안에서는 빅테크의 금융업 진출에 따른 리스크를 관리하고 금융 소비자를 보호하기 위한 감독을 강화하겠다는 방향성도 관찰할 수 있는데, 대표적으로 신원확인 과 이용자 보호 등에 규제를 적용하겠다는 점을 들 수 있다. 종합지급결제사업자에 대해 금융회사 수준의 신원확인 의무와 자금세탁방지(AML), 보이스피싱 규제를 부과하고, 종합지급결제사업자와 자금이체업자에게는 유동성 확보를 통해 이용자 자금 전부를 보호하게 할 방침이다.

또한 디지털 지급거래청산(clearing)을 제도화하여 결제 안정성을 확보할 계획이다. 이는 빅테크, 핀테크 등의 금융업 진출로 지급결제시스템상 이해관계자가 다양화되어 책임을 명확히 하고 디지털 금융거래의 투명성 확보 및 청산비용 절감이 필요해 졌기 때문이다. 금융당국은 디지털 지급거래청산 제도화를 통해 추후 글로벌 빅테크 등에게도 청산의무 부과와 결제시스템 내 관리가 가능해질 것으로 기대하고 있다.

끝으로, ‘빅테크의 금융업 진출 대비 관리체계 마련 추진’을 명시적으로 발표하였다. 이를 통해 국내 규제당국도 글로벌 감독기구와 마찬가지로, 빅테크가 디지털금융 발전에 따라 시장지배력을 남용하거나 기존 금융사와 과당경쟁에 이르는 등 금융 안정을 저해하지 않도록 규제가 필요하다는 점에 대한 선제적인 대응으로 판단된다.

국내 금융산업, 본격적인 경쟁의 서막

전술한 바와 같이, 금융산업의 경쟁도를 제고하기 위한 규제 완화 흐름이 한동안 지속되면서 금융 생태계 내에서 다양한 이슈들이 수면 위로 떠오르기도 했다. 대표적으로 핀테크에 대한 규제 완화 정책이 빅테크의 금융산업 진출을 가속화하며 영향력이 확대되기에 이르자, 기존 금융사의 규제 역차별에 대한 문제의식이 제기되며 ‘기술어린 운동장’, ‘동일기능 동일규제’ 등에 관한 이슈가 부상하기도 했다.

규제 적용을 두고 전통 금융사와 빅테크 간의 갈등이 심화되자 금융위원회는 빅테크와 기존 금융사의 경쟁질서 확립과 디지털금융 혁신 등을 논의하는 협의체를 구성했다. 2020년 9월 민관 합동으로 구성되어 출범한 ‘디지털금융 협의회’에서 기존 금융사·빅테크·핀테크 기업 등은 데이터 공유 범위, 협업과 경쟁 촉진의 원칙 및 규율 방식 등을 집중적으로 논의하기 시작했다. 여러 차례 논의 끝에 2020년 12월 10일 제5차 디지털금융 협의회에서 금융위원회는 지금까지 전통 금융업권에서 제기한 규제 형평성 제고와 금융사·빅테크·핀테크가 제안한 디지털금융 활성화를 위한 제도 개선 사항을 검토하고 「디지털금융 규제·제도 개선방안」을 상정·확정했다.

총 62건의 제안사항 중 규제차익 해소 분야 17건, 금융산업 디지털화 분야 23건 등 40건이 개선될 예정이며, 15건은 중장기적으로 검토해 나갈 예정이다(7건은 수용 곤란). 특히 기존 금융사와 빅테크 간 의견이 대립되어 쟁점으로 떠올랐던 규제차익 부문에서 다양한 개선안이 발표되었다. 규제차익 부문 개선안의 주요 내용은 은행의 플랫폼 비즈니스 진출 허용 확대, 빅테크의 플랫폼 영업 규율체계 마련, 마이데이터 정보제공 범위 형평성 제고 등이다. 은행이 플랫폼 기반 사업을 영위할 수 있도록 부수업무 범위를 확대하고 신용카드사의 종합지급결제업 허용, 금융사의 핀테크 기업 지분 취득 제한 완화를 재확인하는 등 기존 금융사가 제안한 의견들이 많은 부분 수용되었다. 이같은

[디지털 금융 규제·제도 개선 과제 중 주요 규제차익 해소 분야]

| 현행 (요청·논의 사항) | 개선 |
|---|--|
| ① 은행의 플랫폼 비즈니스 진출 허용 확대 | |
| <ul style="list-style-type: none"> 은행의 플랫폼 기반 사업 영위 가능하도록 부수업무 범위 확대 | <ul style="list-style-type: none"> 은행 플랫폼 비즈니스 영위 범위·방식 등 규제개선 방안 논의 다만 규제개선 이전에는 규제 샌드박스를 통해 플랫폼 기반 혁신 서비스가 출시되도록 지원 |
| ② 신용카드사 종합지급결제업 허용 관련 | |
| <ul style="list-style-type: none"> 빅테크-신용카드사 간 공정 경쟁을 위해 신용카드사의 종합지급결제업 영위 허용 | <ul style="list-style-type: none"> 「전자금융거래법」 개정안('20.11.27 발의)에서 종합지급결제사업자의 겸업가능 업무를 포괄적 제시 전금법 시행령 개정 시 겸업가능 업무 구체화 |
| ③ 빅테크의 플랫폼 영업 규율체계 마련 | |
| <ul style="list-style-type: none"> 빅테크의 금융업 진출에 따른 시장지배력 남용, 이용자 피해 등 우려 (대출) 1사 전속규제 적용 의견 (보험) 온라인 플랫폼 사업자의 보험판매채널 진출 시 부작용 방지 장치 필요 | <ul style="list-style-type: none"> 공통적으로 금융플랫폼 영업행위 규율체계를 마련 (대출) 「금융소비자보호법」 시행령에 보완장치 마련 (보험) 온라인 플랫폼 사업자의 보험 모집·판매 관련 규율체계 마련 |
| ④ 금융회사의 핀테크 기업 지분 취득 제한 완화 | |
| <ul style="list-style-type: none"> 금융회사의 핀테크 기업에 대한 지분 취득 규제 완화 | <ul style="list-style-type: none"> 「금융회사의 핀테크 투자 등에 관한 가이드라인」을 제정('19.10.8)하여 금융사의 핀테크 기업 출자 및 핀테크 기업 자회사 소유 가능성을 명확히 함(기초치) |
| ⑤ 마이데이터 정보제공 범위 형평성 제고 | |
| <ul style="list-style-type: none"> 은행은 겸영업무 관련 정보 제공하는 데 비해, 전자금융업자는 겸영업무 관련 정보 제공에 소극적 | <ul style="list-style-type: none"> 전자금융업자가 보유 주문내역정보도 마이데이터 사업자 등에 원활히 제공될 수 있도록 함 다만, 사생활 침해 우려 등에 따라 범주화된 주문내역정보 제공 |
| ⑥ 오픈뱅킹 참여 주체간 비용분담 형평성 제고 | |
| <ul style="list-style-type: none"> 빅테크·핀테크 기업은 이용수수료만 부담하지만, 금융사는 망 운영비용 전부를 부담 중 | <ul style="list-style-type: none"> 빅테크·핀테크 기업도 오픈뱅킹만 운영비용 일부를 부담 조회 수수료는 합리적으로 조정 |
| ⑦ 전자금융업자 소액후불결제 리스크 관리 | |
| <ul style="list-style-type: none"> 전자금융업자에게 허용된 신용 기반 후불결제서비스에 대해 규제형평 측면에서 적합한 규제체계 필요 | <ul style="list-style-type: none"> 전자금융업자의 후불결제 업무 제한적 허용, 이용자 예탁금 외부예치, 이자수취 금지 등 추가 규제 적용 |

Source: 금융위원회, 보도자료-금융위원회, 제5차 「디지털금융 협의회」 개최 (2020.12.10), 삼성KPMG 경제연구원 재구성

“
마이데이터 사업자 선정도 이루어지며 금융사-빅테크 간 주도권 확보 경쟁이 본격화될 것으로 예상
”

개선사항들을 통해 금융사의 디지털 전환이 가속화될 것으로 보이며, 전자금융업자가 보유한 주문내역정보도 사생활 침해 우려 등에 따라 범주화된 형태로 마이데이터 사업자 등에 제공될 수 있도록 하여 상호주의 관점에서의 정보 공유가 가능해질 전망이다.

한편, 빅테크 기업에는 금융 플랫폼 영업에 대한 규율 체계 마련, 전자금융업자 소액후불결제 리스크 관련 규제 적용 등이 예정되어 있다. 향후 핀테크 기업 등의 혁신을 뒷받침할 수 있는 사안도 디지털금융 협의회에서 논의될 예정이나, 제5차 디지털금융 협의회 논의 결과에 따라 빅테크 기업은 이전의 규제 완화로 다소 유리한 측면이 컸던 환경에서 벗어나 제도권 금융으로 편입되어 금융 시스템 안정과 소비자 보호를 위해 더욱 노력해야하는 상황에 직면하게 되었다.

디지털금융을 위한 제도 개선과 더불어 2020년 12월 22일에는 마이데이터 예비허가도 발표되어 금융서비스 경쟁이 데이터 관련 서비스 경쟁으로 확장되고 있다. 마이데이터 예비허가 심사는 자본금 요건, 대주주 적격성 등을 기준으로 이루어졌으며, 국민은행, 신한카드 등 금융사를 비롯하여 핀테크 및 빅테크 기업(레이니스트, 네이버파이낸셜 등)과 같은 다양한 기업들이 선정되었다. 예비허가를 받은 기업들은 2021년 1월 본허가가 발표되면 1차 마이데이터 사업자로서 본격적으로 마이데이터 서비스를 출시할 것으로 보인다.

이처럼 상향 평준화된 규제 적용과 새롭게 도입되는 사업으로 공정한 경쟁 환경이 조성되는 평평하고 넓은 운동장에서 기존 금융사와 빅테크 기업 간 금융산업에서의 주도권 확보를 위한 본격적인 경쟁이 시작될 것이다. 금융업 및 비금융업권 간 경쟁과 제휴를 통해 금융생태계를 선점하기 위한 시도가 지속되는 가운데, 이러한 환경 하에서 새로운 혁신 서비스로 소비자가 원하는 편리한 금융서비스를 제공하고 고객의 신뢰를 확보하는 주체가 금융산업 내 우위를 차지할 수 있을 것이다.

[마이데이터 주요 허가요건]

| 요건 | 내용 |
|---------------|--------------------------------|
| ① 자본금 요건 | • 최소자본금 5억 원 이상 |
| ② 물적 시설 | • 해킹 방지, 망분리 수행 등을 위한 충분한 보안설비 |
| ③ 사업계획의 타당성 | • 서비스 경쟁력·혁신성, 소비자 보호체계 마련 |
| ④ 대주주 적격성 | • 충분한 출자 능력, 건전한 재무상태 |
| ⑤ 신청인의 임원 적격성 | • 신청인의 임원에 대한 벌금, 제재사실 여부 |
| ⑥ 전문성 요건 | • 데이터 처리 경험 등 데이터 산업 이해도 |

Source: 금융위원회, 보도자료-국민은행 등 21개사가 본인신용정보관리업(마이데이터) 예비허가를 받았습니다. (2020.12.22)

[마이데이터 예비허가 기업]

| 업권 | 회사명 |
|------------|--|
| 은행 (4개사) | 국민은행, 농협은행, 신한은행, 우리은행 |
| 여전 (6개사) | 국민카드, 우리카드, 신한카드, 현대카드, BC카드, 현대캐피탈 |
| 금융투자 (1개사) | 미래에셋대우 |
| 상호금융 (1개사) | 농협중앙회 |
| 저축은행 (1개사) | 웰컴저축은행 |
| 핀테크 (8개사) | 네이버파이낸셜, 레이니스트, 보맵, 핀다, 팀웍, 한국금융솔루션, 한국신용데이터, NHN페이코 |

Source: 금융위원회, 보도자료-국민은행 등 21개사가 본인신용정보관리업(마이데이터) 예비허가를 받았습니다. (2020.12.22)

결론 및 시사점

“
코로나19로 인한 비대면
채널의 일상화…
빅테크 기업의 공격적인
금융 영토 확장에 따라
주도권 경쟁은 더욱
치열해질 것으로 전망

”

빅테크의 진입에 따른 금융산업의 지형 변화

2020년은 코로나19로 인하여 언택트(Untact)의 원년으로 평가되고 있으며, 비대면 채널이 일상화되는 구조적 변화를 야기했다. 코로나19 이전에는 고령층 등이 디지털 기기에 친숙하지 않았고, 이용 필요성도 크게 느끼지 않았다. 그러나 지속되는 팬데믹(Pandemic) 상황으로 인해 비대면 채널에 대한 필요성에 직면하고, 실질적으로 이를 사용할 수 있어야 하는 상황에 놓이면서 그 간극이 줄었다. 더불어 비대면이 적용되는 영역은 홈쇼핑과 같은 온라인 구매를 넘어 홈스쿨링, 원격 진료의 영역까지 넓어지면서 고객 기반 또한 확장되고 비대면 채널로의 전환을 가속화하였다.

사실상 리테일 बैं킹 영역은 주택담보대출의 일부 과정, 고위험 금융상품 판매, 기업금융 등을 제외한 대부분의 업무에 이미 비대면 채널이 활용되고 있는 상황이며, 간편결제와 간편송금 서비스도 대중화되며 모바일로 대표되는 비대면 채널의 인프라가 확대되는 추세이다. 더불어 2021년 마이데이터 사업의 본격적인 시행을 앞두고 1차 예비허가 심사를 통해 금융, 빅테크, 핀테크 등 다양한 분야의 기업들이 선정되었다. 이들 기업은 마이데이터 사업자로서 고객 동의 시 전 금융사의 고객 개인신용정보를 취합하여 포켓금융(Pocket finance, 소비자가 자신의 신용정보와 금융상품을 언제 어디서든 관리할 수 있는 금융서비스)을 시현할 수 있다. 대표적인 빅테크 기업인 네이버파이낸셜이 예비허가 기업에 이름을 올렸으며, 카카오페이도 허가요건 보완기업으로 허가심사가 진행 중이다.

빅테크 기업이 그동안 다른 사업 영역에서 쌓아온 데이터 활용 역량과 기술력을 활용하여 금융업에 공격적으로 진출할 경우 금융산업의 주도권이 빅테크 기업으로 넘어갈 가능성도 작지 않다. 일례로 마이데이터 사업자 선정 시, 빅테크 기업은 마이데이터 사업자로서 확보한 개인신용정보와 모회사 또는 플랫폼 내의 쇼핑·검색·결제 정보와 결합하면 시너지 효과가 확대될 수 있으며, 지금까지 상상할 수 없던 금융서비스가 탄생할 수도 있다. 더불어 이들 빅테크 기업은 금융 데이터뿐만 아니라 다양한 비금융 데이터에 대한 분석 역량을 보유하고 있으므로 금융사 대비 고객에 대한 입체적인 분석이 가능할 것으로 전망된다.

마이데이터 사업뿐만 아니라, 도입을 준비 중인 마이페이먼트 사업, 후불결제 허용 등 빅테크가 금융 사업에 뛰어들면서 영향력을 높일 수 있는 환경이 조성되고 있는 점도 향후 빅테크의 행보가 기존 금융업에 큰 위협으로 작용할 것으로 예상된다. 2017년 7월 출범한 카카오뱅크의 자산 규모는 국내 주요 시중은행(국민, 신한, 우리, 하나, 농협)의 평균 자산 규모의 6.7%에 불과하지만(2020년 하반기 기준), 장외시장에서 이미 주요 금융지주 시가총액을 초과하며 성장가능성을 인정받고 있다. 이처럼 빅테크 기업은 플랫폼을 통해 축적한 고객 기반을 활용하여 단기간에 금융 시장에서의 영향력을 확대해 기존 금융사와 주도권 경쟁을 벌일 것으로 예상되며, 금융산업의 주도권을 쟁취하려는 크고 작은 전쟁은 지속될 것으로 보인다.

“ 금융사, 경쟁에 적극적으로 대응하여 생존을 위한 노력이 필요 ”

금융산업 내 경쟁이 치열해짐에 따라, 금융 생태계의 이해관계자들이 고민해야하는 요소들도 복잡·다양해지고 있다. 이에 본 고에서는 금융 생태계의 핵심 플레이어(key players)인 금융사, 빅테크 기업의 입장에서 고려할 부분을 제시해 보고자 한다.

금융기업에 대한 시사점

국내 금융산업 내에서 핀테크, 빅테크를 비롯하여 기존 금융사 간 경쟁이 더욱 심화되고 있으며, 업권 경계도 무너지고 있는 상황이므로 전통 금융사들은 적극적으로 대응하지 않으면 시장에서 살아남을 수 없을 것이다. 이에 금융사는 리스크 관리 역량, 기업금융이나 중장기·고위험 금융상품에 대한 노하우 등 기존 역량을 강화하고 이를 바탕으로 하는 신상품을 출시하는 한편, 데이터 활용 능력과 IT 기술력을 키워 나가고 협업과 투자로 생존하기 위해 노력해야 한다.

고객 접점에 대한 재정의와 플랫폼 경쟁력 강화

이제는 기존 금융사의 오프라인 영업점이나 자사 애플리케이션을 넘어서서 마이데이터 사업자와 같은 플랫폼, 빅데이터 플랫폼을 통해 금융상품의 비교가 가능한 시대이다. 이에 따라 기존 오프라인 채널과 온라인 채널의 강점을 파악하고 고객 접점을 재정의하여 온·오프라인 채널에 대해 상이한 전략을 펼쳐야 한다. 오프라인 채널의 경우, 보다

[빅테크의 금융산업 진출 확대에 따른 금융산업 이해관계자들을 위한 제언]

| | |
|--------------|---|
| 금융기업에 대한 시사점 |  고객 접점에 대한 재정의와 플랫폼 경쟁력 강화 |
| |  전통 금융산업 본연의 경쟁력 우위 상품 개발 |
| |  핀테크 기업과의 협업 강화로 공생 및 경쟁력 확보 방안 모색 |
| |  신기술 스타트업에 대한 투자와 M&A로 차별화된 기술 획득 |
| |  영업 노하우와 금융 인프라 창출 역량 기반의 해외 진출 |
| 빅테크에 대한 시사점 |  규제 모니터링으로 비즈니스 환경 변화에 대응 |
| |  금융안정성 확보를 위한 다양한 리스크 대비 |
| |  금융소비자보호에 대한 선제적 준비 |
| |  끊임없는 혁신 서비스 창출과 투자로 경쟁사와 차별화 |

Source: 삼정KPMG 경제연구원

“

금융사는 고객 접점을 재정의하고 상호작용(Interaction)과 트래픽(Traffic)을 높이는 플랫폼 마련할 필요

”

“

중장기·고위험 상품 공급 등 기존 전문성 발휘, 핀테크 기업과의 협업 모색 등으로 경쟁력 확보

”

효율적으로 기능을 재편하고 기업금융, 자산관리 등 대면 채널에서 경쟁 우위를 갖는 부분을 찾아 서비스를 강화해야 할 것이다.

온라인 채널은 마이데이터와 오픈뱅킹 등이 확산될수록 보다 많은 고객을 확보하는 금융서비스 기업의 플랫폼 내에서 비즈니스가 지속 발생할 것으로 예상되며, 고객에게 경쟁력 있는 금융 상품을 제공하고 플랫폼을 선점하는 것이 중요하다. 이에 따라 기존 금융사는 새로운 모바일 고객 접점을 마련하고, 그 접점 채널에서 리번들링(Rebundling)과 기술 고도화 등을 통해 활용성을 높여 차별화된 상품을 제공해야 한다. 일례로 은행의 플랫폼 기반 사업 영위가 가능하도록 부수업무범위를 확대하려는 규제 완화가 예견되는 바, 은행을 필두로 한 금융사들은 고객과의 상호작용(Interaction)을 강화하고 트래픽(Traffic)을 높이면서 플랫폼 확장성을 갖출 수 있도록 준비해야 할 것이다. 아울러 금융 지주사의 경우, 금융 그룹 내 고객이 환류하고 자체 생태계를 구축할 수 있는 플랫폼을 확보하는 전략을 고민해야 한다.

전통 금융산업 본연의 경쟁력 우위 상품 개발

다양한 플레이어들이 금융업에 진출함에 따라, 고객 편의성을 앞세운 금융서비스들이 등장하였고 빅테크·핀테크 기업이 간편결제 시장을 대부분 점유하고 혁신 서비스를 선보이며 성장하고 있다. 이처럼 경쟁이 심화되고 소비자를 유인하는 다채로운 서비스가 출시되는 상황에서, 기존 금융사들은 이미 확보하고 있는 전문성을 바탕으로 상품을 개발하여 경쟁력을 갖추는 전략도 필요하다. 특히 판매 규제 수준이 높아지고 저금리가 장기화되면서 장기·고위험 상품에 대한 니즈는 높아지고 있으나, 이를 충족하는 금융 상품은 부족한 상황이다. 현재 고객의 신뢰를 확보하며 중장기적인 리스크 관리가 필요한 상품 공급은 금융사 고유의 역량으로 볼 수 있다. 전통 금융사들은 지금까지의 상품 설계 경험을 바탕으로 본연의 전문성을 앞세워 리스크를 관리하면서 고객에 대한 고도화된 맞춤형 금융 상품을 제공하는 방향으로 경쟁력을 확보해 나갈 수 있을 것이다.

빅테크·핀테크 기업과의 협업 강화로 공생 및 경쟁력 확보 방안 모색

2019년 골드만삭스가 애플과 손잡고 애플카드를 선보이고, 시티그룹이 구글과 협력하여 2021년부터 은행계좌 서비스를 예고한 사례처럼 변화한 판매채널에서 강점을 지닌 빅테크·핀테크 기업과 협업을 강화하는 방안을 고려해볼 수 있다. 국내에서도 2017년 미래에셋대우와 네이버가 5,000억 원 규모의 자사주를 맞교환한 바 있으며, 2020년 2월에는 NH농협이뱅크샐러드를 운영하는 레이니스트와 업무협약을 체결하여 데이터 기반 금융상품 서비스를 마련하는 데 협력하기로 했다. 이처럼 금융사는 언번들링을 통해 특정 분야에서 소비자 접점이 특출한 핀테크 기업을 찾아 제휴를 통해 부족한 판매·유통 채널을 보완할 수 있을 것이다. 또한 API 플랫폼을 통한 다양한 핀테크 기업과 개발자의 허브 역할을 통해 오픈 파이낸스를 지향하는 방안도 고려해볼 수 있다. 금융사 자체적인 디지털 금융서비스 개발에는 한계가 존재하므로 API를 개방하여 개발자 유입 등으로 신성장동력을 마련할 필요가 있다.

“차별화된 기술 확보, 해외 진출 확대 등에도 지속적으로 힘써야...”

“빅테크 기업, 규제와 경쟁 가속화 등 급변하는 금융 환경 변화에 대응해야 할 시점”

신기술 스타트업에 대한 투자와 M&A로 차별화된 기술 획득

금융사 자체적인 디지털 트랜스포메이션(Digital Transformation)이 진행되고 있으나 본업 강화와 투자 수익을 위해 새로운 핵심 기술을 지닌 기업과 핀테크 스타트업에 대한 VC 투자를 지속해야 한다. 글로벌 빅테크 기업의 경우 필요 시 M&A도 진행하여 다른 플레이어들과 차별화된 기술을 미리 확보하기도 한다. 뿐만 아니라, 한국금융지주가 카카오에 투자함으로써 카카오뱅크와 주요 계열사에 영향력을 행사하는 것과 같이 빅테크 기업 또는 모기업 간 상호 투자하는 방안도 고려해볼 수 있다.

영업 노하우와 금융 인프라 창출 역량 기반의 해외 진출

우리나라의 경우 저성장·저금리가 고착화, 고령화와 저출산 등 인구구조 변화와 더불어 고도화된 금융인프라와 높은 금융산업의 접근성(예, 카드 발급, 보험 침투율) 등의 환경에 놓여 있기 때문에 내수시장을 겨냥한 국내 금융업은 추가적인 성장성이 제한적인 레드오션 시장으로 볼 수 있다. 반면 동남아시아나 중남미 지역의 경우 경제성장 가능성이 높게 점쳐지고 있다. 이 때문에 다수의 국내 금융사가 지리적 접근성이 상대적으로 높은 동남아시아 지역으로 진출하여 최근에는 가시적인 성과도 보이고 있다. 금융 기업들은 국내 영업을 통해 보유하고 있는 영업 노하우와 금융 인프라 창출 역량 등 금융사만의 강점을 활용하고 디지털 역량을 강화하면서 해외 진출에 지속적으로 힘써야 한다.

빅테크 기업에 대한 시사점

거침없이 질주하는 빅테크는 금융업에서 메기 효과를 일으키며 환대 받았으나, 감독 당국의 규제 필요성 제기와 전통 금융사의 견제, 새롭게 등장하는 거대 핀테크 기업과의 경쟁 등으로 청사진만을 그릴 수 없는 상황이다. 이에 빅테크 기업도 금융 환경 변화에 대응할 준비를 해야 하는 시점이다.

규제 모니터링으로 비즈니스 환경 변화에 대응

그동안 핀테크 산업 성장을 위하여 금융산업 관련 규제가 완화됨에 따라 빅테크 기업에게도 금융시장 진입에 우호적인 환경이 조성되었으나, 최근 들어 규제 강화의 움직임이 보이고 있다. 국제적으로는 국제결제은행(BIS), 금융안정위원회(FSB) 등에서 빅테크의 금융업 진출에 따른 금융안정성 문제 가능성을 경고하고 있으며, OECD, 유럽집행위원회(EC) 등에서도 디지털 경제로의 전환에 대해 논의하며 기술 기반의 거대 기업이 금융 시장에 진입함에 따른 영향에 대해 주목하고 있다.

국내에서 또한 다양한 연구기관들이 빅테크에 대한 모니터링을 촉구하고 있는 가운데, 2020년 7월에 발표된 디지털금융 혁신방안에서는 금융당국의 빅테크를 향한 규제 강화 입장을 관찰할 수 있다. 이어 2020년 12월 제5차 디지털금융 협의회에서는 빅테크의 플랫폼 영업 규율체계 마련을 명시하기도 했다. 빅테크 기업은 이 같은 규제 방향 변화를 모니터링하여 비즈니스 환경 변화에 유연하게 대응할 수 있도록 준비해야 한다.

“ 빅테크 기업은 안정적이고 안전한 금융서비스를 위해 사이버 보안, 금융소비자 보호 등도 준비해야 함 ”

“ 격화되는 경쟁의 장에서 차별화를 위해 끊임없는 노력이 필수 ”

금융안정성을 위한 다양한 리스크 대비

빅테크의 시장 지배력이 높아지면서 금융안정성에 부정적인 영향을 미칠 수 있다는 우려가 많은 것이 사실이며, 코로나19 등으로 촉발된 디지털 경제로의 빠른 전환은 편의성을 향상시켰지만 사이버 보안, 고객 데이터 유출 등에 대한 우려 또한 함께 증대하고 있다. 이에 따라 고객에 피해가 전가되지 않도록 사이버 보안 관련 투자와 인력 보완 등이 필수적이다. 뿐만 아니라, 지급결제를 비롯하여 연체, 운용 등에서의 위험 및 자금 관리 역량을 강화함으로써 금융서비스 영역이 확장됨에 따라 발생 가능한 다양한 금융 시스템 관련 리스크에도 선제적으로 대응할 수 있어야 한다.

금융소비자보호에 대한 선제적 준비

새로운 혁신 서비스 분야가 활발히 창출되고 있지만 새로운 서비스가 성장하면서 이용자에 대한 보호 필요성이 대두됨에 따라 P2P법 시행, 특정금융정보법 개정 등으로 새로운 금융서비스를 제도권으로 편입하여 소비자 보호를 강화하려는 흐름이 보인다. 특히 2021년 3월부터 본격적으로 금융소비자보호법(이하 금소법)이 시행될 예정인 가운데, 금소법 시행으로 기관별 규제에서 기능별 규제로 규제 방식이 전환되어 빅테크 기업도 영업 종류에 따라 적용 대상이 된다. 영업별로 상이할 수 있으나 금융상품의 직접판매업자, 판매대리·중개업자, 자문업자는 금융소비자 보호를 위한 적합성 원칙, 적정성 원칙, 설명의무, 불공정 영업 금지 등의 6대 판매규제 원칙을 준수해야 한다. 이에 빅테크 기업들도 비대면상으로 판매규제 원칙을 지키며 금융 접근성 강화를 추구하는 동시에 금융소비자를 보호할 수 있는 방안에 대해 선제적으로 고민하고 대응방안을 마련해야 할 것이다. 즉, 금융산업은 일반적인 여타 산업과 달리, ‘공공성’이라는 가치를 추구해야 한다는 것을 염두에 두고 지속가능한 비즈니스 영위를 위해 노력해야 한다.

끊임없는 혁신 서비스 창출과 투자로 차별화

인터넷전문은행도 세 번째 설립을 앞두고 있으며, 대형 핀테크 기업의 모바일 플랫폼의 리벤들링도 지속되는 등 시장이 재편되면서 새로운 금융서비스가 비슷하다는 의견이 발생하고 있다. 또한 금융사들도 자사 플랫폼을 강화하고 디지털 트랜스포메이션 등으로 기술력을 강화해 나가고 있는 상황이다. 이에 빅테크만의 경쟁력을 지속하기 위해 새로운 기술을 끊임없이 개발하고 소비자의 페인 포인트(Pain Point)를 포착하여 이를 해소하기 위한 노력이 필요하다. 더불어 글로벌 빅테크의 국내 시장 출현 가능성도 배제할 수 없음에 따라 국내 빅테크 기업들도 조직 내부적인 기술 역량 강화와 동시에 신기술로 무장한 핀테크 스타트업에 적극적으로 투자하여 외부 역량을 끌어들이며 경쟁 플레이어보다 시장에서 한 발 앞서 나가야 할 것이다.



Business Contacts

금융산업 전문팀

Audit

조원덕
금융산업리더, 부대표
T: 02-2112-0215
E: wcho@kr.kpmg.com

최재범
부대표
T: 02-2112-0213
E: jaebeomchoi@kr.kpmg.com

권영민
부대표
T: 02-2112-0217
E: ykwon@kr.kpmg.com

조성민
부대표
T: 02-2112-0499
E: sungmincho@kr.kpmg.com

채민선
전무
T: 02-2112-0484
E: mchae@kr.kpmg.com

석명기
전무
T: 02-2112-0415
E: mseok@kr.kpmg.com

전용기
전무
T: 02-2112-0556
E: yjeon@kr.kpmg.com

박철성
전무
T: 02-2112-0437
E: chulsungpark@kr.kpmg.com

신재준
전무
T: 02-2112-0205
E: jaejunshin@kr.kpmg.com

김민규
전무
T: 02-2112-0428
E: mingyukim@kr.kpmg.com

김진귀
전무
T: 02-2112-0223
E: jinkwikim@kr.kpmg.com

어경석
전무
T: 02-2112-0497
E: keo@kr.kpmg.com

Consulting Service

장지수
부대표
T: 02-2112-7577
E: jjang@kr.kpmg.com

박용수
부대표
T: 02-2112-0421
E: yongsoopark@kr.kpmg.com

조재박
전무
T: 02-2112-7514
E: jaeparkjo@kr.kpmg.com

이인석
전무
T: 02-2112-7583
E: insuklee@kr.kpmg.com

김원택
전무
T: 02-2112-0384
E: wontaegkim@kr.kpmg.com

문철호
전무
T: 02-2112-0869
E: cmoon@kr.kpmg.com

양현석
전무
T: 02-2112-3009
E: hyunseokyang@kr.kpmg.com

kpmg.com/kr

© 2021 KPMG Samjong KPMG ERI Inc., a Korea Limited Liability Company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.