

## OPINION

선임연구위원  
이석훈

## 마이데이터의 정보공유 정책: 빅테크의 공정경쟁에 대한 함의\*

마이데이터 사업이 지난 1월 시행됨에 따라, 금융회사와 소비자 간 금융상품을 중개하는 플랫폼 시장이 더욱 성장할 것으로 보인다. 또한 이 시장을 두고 빅테크, 핀테크, 금융회사 간 경쟁이 치열해질 것으로도 예상된다. 먼저 EU와 영국에서 오픈뱅킹이 도입된 배경을 살펴보면 금융혁신의 경쟁을 촉진하려는 정책적 고려가 컸음을 알 수 있다. 오픈뱅킹 제도는 고객이 동의하면 핀테크든 빅테크든 금융회사의 금융거래 정보를 받을 수 있도록 하고 있다. 덕분에, 더욱 많은 핀테크 스타트업들이 고객의 금융정보에 기반한 차별화된 금융서비스로 금융산업에 진출할 수 있게 되었다. 그러나 이러한 제도가 빅데이터를 보유한 빅테크에게도 금융회사의 정보공유 수혜를 주고 있어, 학계에서는 오픈뱅킹의 친경쟁적인 정책 목표가 훼손될 수 있다고 지적하고 있다. 오픈뱅킹이 금융혁신 경쟁의 장을 마련하고 소비자의 선택권을 확장하는 제도로 발전하기 위해서는 빅테크가 상호 호혜적으로 정보를 공유하는 방안을 검토할 필요가 있어 보인다.

정부는 지난 1월 마이데이터 사업을 시행하였다. 시행과 동시에, 금융회사뿐 아니라 빅테크, 핀테크, 통신 및 휴대폰 제조사까지 마이데이터 사업자로 참여하고 있다. 마이데이터 사업자는 고객의 금융정보 등을 활용한 맞춤형 금융상품을 중개하는 플랫폼이어서, 서비스의 혁신성에 따라 금융소비자의 거래비용 절감이나 편리성을 크게 개선할 수 있다. 즉 소비자의 혜택을 높이는데 있어서, 금융중개 플랫폼의 혁신성을 독려하는 경쟁적인 시장이 무엇보다 중요하다. 본고는 오픈뱅킹의 정보공유 정책의 차원에서 마이데이터 사업자 간 경쟁 시장을 마련하는 방안을 논의해 보고자 한다.

### 최근 마이데이터의 성장과 전망

지난 1월 정부는 은행, 보험, 카드 등의 전통적인 금융회사와 빅테크, 핀테크 등 28개사를 마이데이터 사업자로 허가하였다. 마이데이터 사업자들은 소비자가 동의하면 여러 금융권에 흩어진 해당 소비자의 금융거래 정보를 받을 수 있다. 이들은 소비자의 금융거래 정보 분석에 기초한 자산 설계나 금융상품의 추천 등을 통해 금융회사와 소비자 간 금융상품을 중개할 것으로 보인다. 2022년 10월 현재 허가받은 마이데이터 사업자는 59개 사로 9개월 사이 두 배 이상 증가하였다.<sup>1)</sup> 현재 허가심의 중인

\* 본고의 견해와 주장은 필자 개인의 것이며, 자본시장연구원의 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.

1) 신용정보협회 홈페이지

사업자의 수가 29개 사인 것으로 볼 때, 마이데이터 사업자의 수는 앞으로도 빠르게 증가할 것으로 보인다. 공식 출범한 지 3개월이 지난 4월 기준으로 마이데이터 가입자 수는 2,596만 명으로 집계되었다. 업권별 마이데이터 가입자 수는 은행권이 아닌 핀테크 부문에서 가장 많았다. 구체적으로 빅테크, 핀테크가 1,101만 명으로 가장 많았고 은행, 저축은행이 721만 명, 카드, 캐피탈이 653만 명의 순으로 나왔다.<sup>2)</sup> 마이데이터에 참여하는 가입자와 참여기관의 수로 볼 때, 향후 금융회사와 소비자 간 금융 상품을 중개하는 플랫폼 시장이 더욱 성장할 것으로 보이며 이 시장을 두고 빅테크, 핀테크, 금융회사 간 경쟁이 치열해질 것으로 예상된다.

### 오픈뱅킹의 도입 배경

EU와 영국에서 처음 도입된 오픈뱅킹 제도는 현재 호주, 일본, 우리나라 등 전 세계 여러 나라들에서 채택되고 있다. 다른 나라들과 마찬가지로, 우리나라 오픈뱅킹 제도인 마이데이터 사업도 EU와 영국의 오픈뱅킹 방식을 토대로 마련되었다. 오픈뱅킹은 고객이 동의하면 핀테크, 빅테크 등의 제3자 서비스 제공자(third party provider: TPP)가 금융회사가 보유한 고객의 금융거래 정보에 접근할 수 있도록 제도적으로 허용하고 이를 위해 금융회사에 표준화된 open API를 요구하는 것을 골자로 하고 있다.

오픈뱅킹 제도를 도입한 EU와 영국의 배경을 살펴보면 금융혁신의 경쟁을 촉진하려는 정책적 고려가 컸음을 알 수 있다. 2010년대 전후로 등장하기 시작한 핀테크 스타트업들은 빅데이터 분석기술, AI, 머신러닝 등에 기반한 맞춤형 자산관리, 금융상품 비교 등을 통해 금융소비자의 거래비용을 절감하고 이용의 편리성을 추구하였다. 정책당국자들은 이러한 서비스가 소매금융 시장의 경쟁과 금융혁신을 촉진할 것으로 보았다. 그런데, 핀테크 스타트업들이 혁신적인 서비스를 개발하여도 금융회사가 가지고 있는 고객의 금융거래 정보에 접근할 수 없어 시장에 진입하기 어려웠다. 그리고 금융회사는 금융거래 정보의 공유 시 이들로부터 경쟁의 위협이 커지고 수익이 감소할 수 있어 이들의 정보 접근 요청에 대해 협력할 유인이 적었다. 이에 정책당국자들은 고객의 금융거래 정보에 대한 핀테크의 접근성을 시장에 맡기기보다 제도적으로 이를 보장하는 정책을 고려하였다.

영국의 오픈뱅킹에 영향을 준 2016년 영국의 CMA 시장조사 보고서<sup>3)</sup>는 소비자들이 현재 거래하고 있는 금융회사들에 고착화되는 경향이 크다는 점을 지적하고 있다. 그 요인 중 하나로 금융소비자들이 자신의 금융거래 정보를 쉽게 이동시킬 수 없는 관계로 금융회사를 잘 전환하지 못하고 있다는 것이다. 더욱이, 금융회사들은 이러한 점을 이용하여 높은 수수료 등의 초과수익을 내고 있었다. 영국의 정책당국자들은 금융소비자에 데이터 이동권을 부여하는 오픈뱅킹을 통해 소매금융 부문의 경쟁을 촉진하려는 목표를 가지고 있었다.

2) 동아일보, 2022. 4. 27. '내 손안의 금융비서' 마이데이터, 석달새 2600만 명 몰렸다.

3) CMA, 2016, *Retail Banking Market Investigation*.

## 오픈뱅킹과 빅테크의 정보 우위에 대한 학계 논의

현재 오픈뱅킹 제도는 고객이 동의하면 핀테크든 빅테크든 금융회사의 금융거래 정보를 받을 수 있도록 하고 있다. 덕분에, 더욱 많은 핀테크 스타트업들이 고객의 금융정보에 기반한 차별화된 금융서비스로 금융산업에 진출할 수 있게 되었다. 그러나 이러한 제도는 빅데이터를 보유한 빅테크에게도 금융회사의 정보공유 수혜를 주고 있어, 학계에서는 오픈뱅킹의 친경쟁적인 정책 목표가 훼손될 수 있다고 지적하고 있다.

de la Mano and Padilla(2018)<sup>4)</sup>는 오픈뱅킹의 결과로 정보 우위에 있게 된 빅테크가 대출 플랫폼의 시장을 독점화할 가능성이 크다고 보았다. 이 경우 부실대출의 확대에 따른 금융의 안정성이 크게 훼손될 수 있다고 지적하고 있다. 이들은 빅테크가 은행과 달리 플랫폼을 통해 대출상품의 중개만을 하고 있어 부실대출에 대해 책임지지 않으며 그래서 대출의 질을 높이기보다는 대출의 양을 늘리는데 더 치중할 것으로 보았다. 또한 빅테크는 이커머스로부터 수익을 얻거나 광고를 위한 고객 정보의 획득을 위해 대출을 과도하게 늘리려는 유인이 있는데, 이 경우에도 대출의 질은 하락할 수 있다고 보았다. 빅테크가 대출시장에서 높은 점유율을 확보하면 은행들도 대출 경쟁에 대한 심한 압박으로 대출의 질보다 양에 치중할 수 있다고 보았다. 이들은 소매금융 중개 플랫폼에서 빅테크의 독과점 가능성을 완화하는 방안으로 빅테크도 정보를 공유하는 오픈뱅킹 정책이 필요하다고 제시한다.

Di Porto and Ghidini(2019)<sup>5)</sup> 또한 빅테크에 우호적인 현재의 오픈뱅킹에 대해 비판하고 상호 호혜적인 정보공유 정책을 주장하고 있다. 그 필요성을 다음과 같이 제시한다. 첫째, 금융회사들도 빅테크와 같이 소비자 행동에 대한 데이터를 보유할 경우 데이터 분석에 투자를 확대할 것이다. 둘째, 금융회사가 빅테크로부터 정보를 제공받게 된다면 빅테크에게 자신의 고객 정보를 공유한 대가를 보상받게 된다. 셋째, 빅테크가 현재와 같이 금융회사로부터 정보를 제공받아 소매금융 부문에서 경쟁에 우위를 점하게 된다면 이는 이들의 금융혁신이 아니라 오픈뱅킹이라는 제도적인 혜택에서 비롯된 것이다.

de la Mano and Padilla(2018)와 Di Porto and Ghidini(2019)는 모두 빅테크가 오픈뱅킹 정보공유 정책의 수혜로 은행보다 경쟁 우위에 있게 될 것이라고 가정하고 있다. 그러나 현재 빅테크의 금융 진출이 초기 단계에 있으며 이들의 소매금융 시장 침투에 대해 실증적으로 확인되지 않은 상황이다. Borgogno and Colangelo(2021)<sup>6)</sup>는 이러한 점을 들어 빅테크에 대해 사전적으로 규제할 명분이 적다고 보았다. 또 이러한 규제가 금융산업의 경쟁 촉진에 부정적일 수 있다고 주장하고 있다. 이들은 은행이 고객들과 오랜 시간에 걸쳐 금융서비스를 제공하며 관계를 형성해왔고 또 상당한 신뢰를 받고

4) De la Mano, M., Padilla, J., 2018, Big tech banking, *Journal of Competition Law and Economics* 4(4), 494-526.

5) Di Porto, F., Ghidini, G., 2020, "I access your data, you access mine"; Requiring data reciprocity in payment services, *IIC-International Review of Intellectual Property and Competition Law* 51(3), 307-329.

6) Colangelo, G., Borgogno, O., 2021, Open banking and the ambiguous competitive effects of data portability, *Competition Policy International, Antitrust Chronicle*, April.

있어 소매금융 부문에서 빅테크보다 문지기 또는 게이트키퍼(gatekeeper)의 역할을 하고 있다고 주장하고 있다. 여기에 핀테크 스타트업들이 기존 은행들과 협력하고 있는데, 이는 대형 은행들의 플랫폼 경쟁력을 한층 높일 것으로 보고 있다. 이러한 상황에서, 빅테크가 사전적인 규제로 인해 은행에 경쟁 압박을 줄 수 없다면 현재와 같은 대형 은행의 과점화가 공고해질 수 있다고 보았다. 이들은 오픈뱅킹에 따른 시장의 경쟁구조 변화를 지켜보며 빅테크에 대한 규제를 마련할 필요성을 제안하였다.

### 마이데이터 정보공유의 정책 방향

우리나라의 오픈뱅킹인 마이데이터 제도는 금융소비자의 정보주권 실현, 금융포용성 강화 및 금융혁신 등의 금융정책에 초점을 두고 있다.<sup>7)</sup> 그런데 마이데이터 제도는 앞서 논의한 바와 같이 정보공유 정책에 따라 금융산업의 경쟁구조에도 커다란 영향을 줄 수 있다. 이를테면 빅테크가 보유한 소비자의 정보는 금융회사나 핀테크에게도 금융서비스를 개선하는데 중요한 자원이 될 수 있는데, 이러한 정보를 빅테크만이 활용할 수 있는 것은 공정한 경쟁 환경과 금융혁신을 위한 경쟁의 장을 마련하는 차원에서 적합하지 않을 수 있다. 또한 빅테크에 정보공유의 요구는 소비자에 데이터 이동권을 부여하는 것으로 소매금융 부문의 경쟁 촉진에 있어서 중요하다. 이러한 점에서, 빅테크가 상호 호혜적으로 정보를 공유하는 오픈뱅킹 정책을 검토할 필요가 있어 보인다.

7) 금융위원회, 2022. 1. 5, 새해부터 흩어진 내 금융정보를 더욱 안전하고 빠르고 편리하게 관리할 수 있게 됩니다., 보도자료.

ZOOM  
-IN국내 금융업의 프롭테크 시장 진출 현황 및  
시사점

- 국내 프롭테크 시장은 2019년 이후 가파른 성장세를 이어오고 있으며 초기 부동산 중개 플랫폼에 한정되어 있던 사업 영역도 확장
- 정부에서는 프롭테크를 유망 신사업으로 인식하고 프롭테크 시장 육성 정책 및 공공데이터 개방 등 프롭테크 산업 발전을 지원하기 위한 계획을 추진
- 프롭테크의 영역에서 투자 및 자금 조달 부문은 금융업과 연계된 부문으로 핀테크 및 블록체인 플랫폼 기업을 중심으로 P2P 및 부동산 자산 수익증권 유통 서비스를 제공
- 국내 은행은 수익 다각화의 일환으로 프롭테크 기업과의 제휴 및 업무 협약을 통해 금융 연계 서비스를 준비 중이며 KB국민은행은 자체 부동산 임대관리 서비스를 출시
- 향후 공공정보 개방은 프롭테크 발전에 부스터 역할을 할 것으로 예상되며, 은행권의 프롭테크 기업과의 협업을 통한 데이터 축적 및 핀테크 기업의 시스템 고도화 등을 통해 다양한 부동산 연계 금융 상품이 출시되고 사업 영역은 확대될 것으로 기대

- 국내 프롭테크 시장은 2019년 이후 가파른 성장세를 이어오고 있으며 초기 부동산 중개 플랫폼에 한정되어 있던 사업 영역도 확장
  - 프롭테크(propotech)는 부동산(property)과 기술(technology)의 합성어로 부동산 산업에 빅데이터, AR/VR, 인공지능 등 IT 기술을 결합한 새로운 형태의 산업·서비스 등을 포괄하는 개념
  - 국내 프롭테크 기업은 2022년 8월 기준 총 368개사로 2018년 11월 26개사였던 것과 비교하여 약 14배 이상 증가<sup>1)</sup>

1) 한국프롭테크포럼 회원사로 등록·활동하는 기업

〈그림 1〉 국내 프롭테크 기업 수 추이



주 : 프롭테크 기업 분포는 한국프롭테크포럼 회원사 중 스타트업만 대상  
 자료: 한국프롭테크포럼

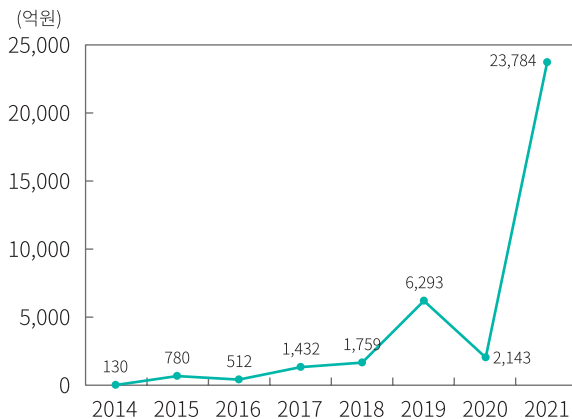
〈표 1〉 국내 프롭테크 기업 분포 (2022. 8)

분야	기업수	비중(%)
마케팅 플랫폼	45	17.6
공유서비스	49	19.1
부동산 관리	39	15.2
데이터&가치평가	35	13.7
건설솔루션&XR(AR/VR/MR)	27	10.5
데코&인테리어	17	6.6
사물인터넷&스마트홈	21	8.2
핀테크	9	3.5
블록체인	7	2.7
에너지	4	1.6
드론	3	1.2

— 국내 프롭테크 누적 투자액은 2022년 7월 기준 5조 2,871억원을 기록하였는데 2019년과 2021년에 투자 유치금이 대폭 증가한데 기인<sup>2)</sup>

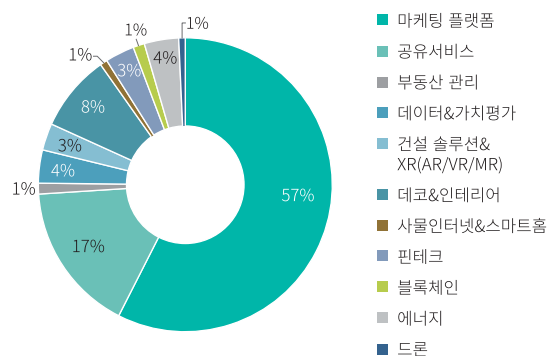
- 2019년은 국내 프롭테크 산업이 본격적으로 시작된 해로 다양한 스타트업 등장에 따라 투자 유치가 활발
- 2021년은 팬데믹을 거치며 비대면, IT 및 디지털 기반 서비스에 대한 수요 증가로 프롭테크 산업에 대한 가치가 인정되면서 투자가 크게 증가

〈그림 2〉 연도별 프롭테크 투자 유치금 추이



주 : 2022년 7월 기준 누적 투자금은 정보 확인이 가능한 158개사 기준  
 자료: 한국프롭테크포럼

〈그림 3〉 국내 프롭테크 누적 투자금 부문별 비중 (2022. 7)



2) 한국프롭테크포럼, 2022, 『2022 proptech list book』.

- 프롭테크 시장의 성장과 함께 IT 기술의 발전에 힘입어 스마트홈, 건설 솔루션, 데이터&가치평가 등 사업 영역이 확장
  - 부동산 마케팅 플랫폼 및 공유 서비스 기업이 각각 17.6%, 19.1%로 여전히 높은 비중을 차지하고 있지만 데이터&가치평가, 스마트홈, 에너지, 핀테크 등 기술기반 중심의 스타트업도 프롭테크 영역에 진출 중 (<표 1>)
  - 누적 투자금 부문에서는 부동산 마케팅 플랫폼과 공유 서비스가 74%로 투자 유치금의 대부분을 차지

□ 정부에서는 프롭테크를 유망 신사업으로 인식하고 프롭테크 시장을 육성하는 정책 계획을 발표하였으며 오픈데이터 정책을 통해 부동산 데이터의 가용 범위를 확장하는 등 프롭테크 산업 발전을 위한 지원 정책을 추진

- 국토교통부에서는 2020년 12월 ‘제1차 부동산서비스산업 진흥 기본계획(2021~2025)’을 발표하여 프롭테크 관련 산업의 육성 및 기반 마련을 위한 정책 지원을 예고<sup>3)</sup>
  - 다양한 프롭테크 적용 공공시범사업을 통해 프롭테크 업체가 신규 사업모델을 개척하도록 유도하는 테스트베드 역할을 지원
  - 프롭테크를 정책펀드 지원 대상으로 포함하여 유망 스타트업의 스케일 업(scale-up)을 촉진하고 일부 법령이나 지침에서 부동산업을 창업 지원 대상에서 배제하는 규정을 지속적으로 발굴 및 개선해 나갈 계획을 제시
- 2021년 11월에는 ‘부동산신산업 육성방안’을 통해 부동산 데이터 경제기반 및 프롭테크 산업 구축을 위한 지원 정책을 발표<sup>4)</sup>
  - 프롭테크 기업의 공공데이터 이용현황, 추가 데이터 수요 등을 반영하여 신규데이터 생산, 기존데이터 제공 확대 추진
  - 다양한 기관과 시스템, 민간 등에 산재된 부동산 정보를 효과적으로 수집·관리·활용하기 위한 데이터 통합플랫폼 구축을 계획
  - 전자계약을 통해 분양 및 계약부터登記까지 원스톱으로 안전하고 편리하게 이뤄질 수 있도록 거래 전반 및 연계 업무를 통합 지원하는 등 부동산거래 전자계약 정착 정책을 계획
  - 인재채용, 교통, 외부기관과의 연계 등 경영환경이 우수한 곳에 프롭테크 기업, 지원기관 등을 집적한 ‘프롭테크 빌리지’ 조성을 통해 프롭테크 성장 거점 조성 지원

□ 프롭테크의 비즈니스 영역에서 투자 및 자금 조달 부문은 금융업과 연계된 부문으로 핀테크 및 블록체인 플랫폼 기업을 중심으로 P2P 및 부동산 자산 수익증권 유통 서비스를 제공

---

3) 국토교통부, 2020. 12. 24, 제 1차 부동산서비스산업 진흥 기본계획, 보도자료.

4) 국토교통부, 2021. 11, 『부동산신산업 육성방안』.

- 국내 프롭테크 부문에서 핀테크 기업은 주택담보대출, 부동산 프로젝트 파이낸싱 등 다양한 담보물과 개발 프로젝트 사업을 연계하여 개인에게 적합한 투자 기회를 제공하고 있으며, 데이터&가치평가 기업도 대출 과정에서 평가지원 역할을 수행
  - 리파인은 자동화한 권리조사 시스템을 통해 주택담보대출, 전세대출 서비스, 전세보증금 서비스를 제공하고 있으며 축적한 데이터와 비즈니스 모델 개발 능력을 기반으로 국내 시중은행, 보험사, 카카오페이 등과 업무협약 및 계약을 체결하여 리스크 관리 서비스를 제공<sup>5)</sup>
  - 어니스트펀드와 위펀딩은 개발 사업 및 금융 평가를 바탕으로 고객이 원하는 수익률과 리스크, 투자 자금의 유동성을 고려한 다양한 부동산PF 연계대출·투자상품을 주요 서비스로 제공
  - 빅밸류는 AI 분석을 통해 공공 수집데이터와 감정평가 기준을 융합한 다세대·연립주택 평가 기준을 개발하고 객관적 가치평가 서비스를 금융기관에 제공함으로써 원활한 담보대출 과정을 지원
- 블록체인 분야 기업은 금융규제 샌드박스를 적용받는 기업으로 부동산 DABS((Digital Asset Backed Securities: DABS)<sup>6)</sup> 거래 플랫폼은 블록체인 기술기반의 DABS의 발행 및 유통 서비스를 제공함으로써 개인 투자자에게 부동산 조각 투자의 기회 제공
  - 카사·루센트블록·핀블 3개사는 금융위원회가 지정한 혁신금융서비스 사업자로서, 세종텔레콤은 중소벤처기업부의 부산 블록체인 규제자유 특구 지정에 따라 금융규제 샌드박스를 적용받음<sup>7)</sup>
  - 카사·루센트블록·핀블 3개사는 신탁회사에서 발행한 디지털 수익증권에 대응하고 세종텔레콤은 자산운용사가 발행한 수익증권에 대응하는 DABS 단위로 각 사의 플랫폼에서 거래 가능
  - 발행된 DABS는 플랫폼에서 유통되고 기초 자산이 되는 상업용 부동산의 임대수익은 분기마다 DABS 비율에 따라 배분되며 향후 자산 매각에 따른 청산 이익은 투자자에게 배분
  - 2022년 9월 현재 카사는 6개, 루센트블록은 2개, 핀블은 1개, 세종텔레콤은 1개의 건물을 기초로 수익증권을 상장

□ 국내 은행에서는 하나은행, 신한은행, 우리은행 등이 프롭테크 기업과의 제휴 및 업무 협약을 통해 금융 연계 서비스를 출시 및 준비 중이며 KB국민은행은 자체 부동산 임대관리 서비스를 출시

- 하나은행은 데이터노우즈와 비즈니스 상생 협약을 통해 부동산 정보지원 서비스인 '부동산 리치고'를 모바일 앱을 통해 제공하고 있으며 트러스테이와 전략적 업무 협약 체결을 통한 부동산 금융 서비스도 준비 중

5) 2018년 농협손해보험과 권리조사 업무협약 체결, 2019년 카카오페이와 전세보증금반환보증 판매업무지원 계약 체결, 2021년 케이뱅크은행과 전월세자금대출 권리조사 업무 위탁계약 체결

6) DABS에 대한 자세한 설명은 '한아름, 2021, 국내 부동산 DABS 거래 플랫폼 현황 및 시사점, 「자본시장연구원」 자본시장포커스 2021-01.' 참조

7) 현행 자본시장법에 따르면 금전신탁에 한해서만 수익증권 발행이 가능하였으나 금융위원회의 혁신금융서비스로 '분산원장 기반 부동산 유통화 유통 플랫폼 서비스'가 지정됨에 따라 카사·루센트블록·핀블 3개사에게는 부동산 신탁계약에 의한 수익증권 발행이 허용되는 등 특례가 적용되었고, 세종텔레콤은 중소벤처기업부의 실증특례 구역 지정에 따라 2022년 12월까지 수익증권 거래를 위한 시장개설 및 금융투자업 영입에 대한 특례를 적용받음

- 하나은행이 2020년 12월 출시한 모바일 banking 앱의 '부동산 리치고' 서비스는 부동산 빅데이터와 인공지능(AI) 기술을 통해 학군, 교통, 시세, 단지 규모 등 거주·투자 관점의 다양한 정보를 종합적으로 분석하고 아파트 단지별 거주 점수, 투자 점수, AI 예측 가격 등을 제공하여 고객 니즈에 맞는 아파트 검색을 지원
- 2022년 6월에는 트러스테이와 전략적 업무 협약 체결하여 플랫폼 '홈노크(HomeKnock)<sup>8)</sup>' 내 임대료 정산 자동화 시스템 구축, 부동산 빅데이터를 활용한 금융 서비스 및 '홈노크' 제휴 금융 상품 개발 등 프롭테크 기반 금융 사업 모델 출시를 위해 준비 중
- 신한은행은 2022년 5월 주택 및 숙박 관련 서비스를 제공하는 프롭테크 스타트업 홈컴퍼니<sup>9)</sup>와 업무 협약을 통해 홈컴퍼니 서비스 이용 고객에게 금융 상품을 제공하고 데이터 교류·협력을 통한 신사업 추진을 계획
  - 신한은행은 '홈즈스튜디오'·'홈즈스테이'·'홈즈타운' 등 홈컴퍼니 서비스 이용 고객을 대상으로 금융서비스 제공하고, 홈컴퍼니는 신한은행 고객을 대상으로 부동산 종합서비스를 지원
  - 상호 부동산 데이터 교류·협력을 통한 고객 서비스 및 신사업 발굴 등 공동사업 추진 계획
- 우리은행의 미국법인인 우리아메리카은행은 2022년 5월 미국 내 부동산 투자상담, 매매, 임차 사후서비스를 제공하는 플랫폼 기업 코리니(Koriny)와 업무협약을 체결하여 미국 부동산 연계 금융 서비스를 준비
  - 코리니(Koriny)는 우리아메리카은행의 개인 및 기업 고객에게 온·오프라인 부동산 상담 서비스를 제공하고, 우리아메리카은행은 모기지대출, 기업대출 연계 등 금융서비스를 제공할 계획
  - 우리아메리카은행은 미주 한인은행 최초로 미국내 비거주자에게도 홈 모기지 서비스를 제공하고 있으므로 국내 고객의 관련 서비스 이용 증가도 기대
- KB국민은행은 2022년 8월 모바일 앱 KB스타기업뱅킹에 부동산 임대관리 서비스업인 '렌트온(Rent-ON)'을 출시
  - 주택, 상가, 사무실 등 각종 부동산을 임대하고 있는 개인 사업자와 법인 고객은 임대물 계약 정보, 임대료 일정 등의 현황을 플랫폼을 통해 확인 가능
  - 임대료 입금일 알림, 계좌 연결을 통한 임대료 입금 여부 확인, 입금 건수와 금액 확인, 월세 요청 메시지 전송 등의 기능을 포함하고 있으며 향후 입찰공고 정보 안내 등의 기업 고객용 서비스도 시작할 예정

- 향후 공공정보 개방은 프롭테크 발전에 부스터 역할을 할 것으로 예상되며 핀테크 기업은 데이터 축적 및 시스템 고도화 등을 통해 다양한 영역으로 서비스를 확대, 은행은 프롭테크 기업과의 협업을 통해 개인 투자자의 니즈에 특화된 다양한 부동산 금융 상품을 출시할 것으로 기대
- 정부 지원 정책에 따라 부동산 빅데이터 구축 및 공공정보 개방이 시행될 경우 부동산 정보 활용이 핵심인 프롭테크 서비스의 효율성 증진과 질적 향상이 기대

8) 트러스테이가 출시한 빅데이터를 기반으로 주거용 부동산 임대관리 플랫폼

9) 홈컴퍼니는 국내 최초 기업형 공유주택 하우스 '홈즈스튜디오'를 시작으로 주택과 숙박 관련 개발·중개·운영 관련 서비스 제공

- 아직 초기 단계인 국내 프롭테크 시장에서 공공정보의 개방은 부동산 업계의 디지털 전환 가속화, IT 기술개발 및 평가 기술 고도화, 새로운 상품 개발 등과 연계하여 프롭테크 산업 발전에 크게 기여할 것으로 예상
- 핀테크 및 블록체인 기업은 구축한 데이터와 기술개발을 통한 사업 다각화 추진이 예상되며 신규 진입한 은행권도 향후 다양한 프롭테크 기업과의 연계 상품을 출시하며 경쟁력 강화에 힘쓸 것으로 예상
  - 대표적인 블록체인 기업인 카사는 부동산 수익증권 플랫폼 유통 사업에 더해 궁극적으로 자산 개발, 중개, 관리 등 부동산 벨류체인을 확장할 계획<sup>10)</sup>이며 현재 싱가포르에 해외 부동산 조각 투자 서비스 출시를 준비 중
  - 어니스트펀드도 2022년 7월부터 중·저 신용자를 대상으로 한 개인신용대출 서비스를 출시하여 기존 운영 중인 주택담보대출, 공급망금융, 부동산PF에 금융상품 포트폴리오를 확대
  - 프롭테크 영역에 신규 진입한 은행업은 프롭테크 기업과의 업무 협약을 통해 부동산 부문에서도 개인에게 맞춤형 금융 서비스를 원스톱으로 제공할 수 있을 것으로 보이며 프롭테크 기업의 서비스에 적합한 금융 상품 개발을 통한 시너지 효과가 기대

선임연구원 한아름

10) 입법정책연구원, 2021. 11, 『프롭테크산업의 국내외 현황과 개선방향 연구』.

ZOOM  
-IN

## 유럽 챌린저 은행의 성장 및 시사점

- 챌린저 은행은 IT 기술을 이용하여 소매금융을 디지털화하고 간소화하는 한편 기존 은행 대비 단순한 상품을 투명하고 저렴한 수수료에 제공함으로써 전통적인 비즈니스 모델에 도전
- 글로벌 금융위기 이후 영국 규제당국이 경쟁 촉진을 위해 새로운 은행의 시장 진입이 용이하도록 인가체계를 개편하면서 챌린저 은행이 탄생하였으며 디지털 बैं킹의 확대는 챌린저 은행의 성장에 기여
- 유럽에서 챌린저 은행은 은행업 또는 e-money 라이선스를 취득하는 등의 방법으로 시장에 진출할 수 있으며 유럽 경제 지역(EEA) 패스पोर्ट를 통해 EU 내에서 영업을 쉽게 확장할 수 있음
- 최근 시행된 영국의 오픈뱅크 표준 및 EU의 개정된 결제 서비스 지침(PSD2) 등은 챌린저 은행에 기회요인이 될 것으로 전망되는 가운데 이용고객수 등의 양적인 성장을 넘어 지속가능성을 위한 수익모델 마련 필요

- 챌린저 은행<sup>1)</sup>은 IT 기술을 이용하여 소매금융을 디지털화하고 간소화하는 한편 기존 은행 대비 단순한 상품을 투명하고 저렴한 수수료에 제공함으로써 전통적인 비즈니스 모델에 도전
  - 챌린저 은행은 소프트웨어를 활용하여 소매금융을 디지털화하고 간소화하는 기술기업으로 일반적으로 모바일과 같은 디지털 유통 채널을 사용하여 당좌 및 저축 계좌, 대출, 보험, 신용 카드와 같은 경쟁력 있는 소매금융 서비스를 제공
  - 대면 업무를 위해 물리적 지점을 제공하는 기존 소매은행과 달리 챌린저 은행은 대체로 모바일 및 데스크톱 플랫폼에만 의존하는 디지털 우선 접근 방식을 취함
  - 챌린저 은행은 글로벌 금융위기 이후 금융기관에 대한 신뢰를 잃은 소비자들에게 투명하고 낮은 수수료를 부과하고 더 빠르고 항상 사용 가능한 디지털 인터페이스를 통해 더 나은 사용자 경험을 제공함으로써 전통적인 은행 비즈니스 모델에 도전
  - 다만 대부분의 챌린저 은행은 기존 은행과의 직접적인 경쟁보다는 강력한 USP(Unique Selling Point)를 가지고 기존 은행들이 제공하지 않는 고객의 요구를 충족시키는 것을 목표로 하고 있음<sup>2)</sup>

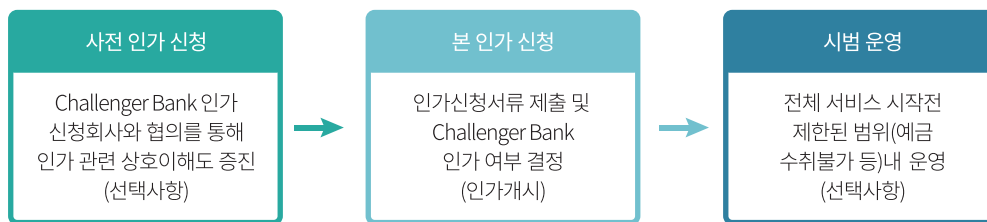
1) 챌린저 은행과 비슷한 의미로 사용되는 용어로 '네오뱅크(neobank)'가 있음. 혼용해서 사용하는 경우가 많은 가운데, 챌린저 은행이 오프라인 지점을 개설하기도 하는 반면 네오뱅크는 온라인으로만 운영되고, 챌린저 은행이 대체로 은행 라이선스를 획득해서 관련 업무도 수행한다는 점에서 약간의 차이점이 있는 것으로 보임

2) PWC, 2017, *Who are you calling a 'challenger'?*

□ **챌린저 은행은 글로벌 금융위기 이후 영국에서 새로운 은행의 시장 진입이 용이하도록 인가체계를 개편하면서 탄생하였으며 이후 영국을 중심으로 빠르게 성장**

- 1960년 영국에 존재했던 32개 은행 및 건축 조합 중 26개가 2010년까지 Barclays, HSBC, Lloyds, Nationwide, RBS 및 Santander의 6개 주요 그룹으로 흡수되었으며, 시장의 집중은 2008년 금융위기 이후 여러 부실 은행이 합병되거나 인수되면서 특히 심화됨<sup>3)</sup>
- 시장 집중도가 높아지고 고객 만족은 낮아짐에 따라 2013년 영국 건전성감독청(PRA)은 영업 행위감독청(FCA)과 함께 신은행스타트업(New Bank Start-up Unit: NBSU) 조직을 발족하여 대형은행들이 과점하고 있는 소매은행 시장 경쟁 촉진을 위한 새로운 인가체계를 마련
  - 새로운 인가체계에서는 사전 인가에서 은행 설립에 필요한 준비과정을 거쳐 본 인가를 통해 은행업을 허가하는 방식과 사전 인가 후 본 인가에서 제한적인 영업을 허용하고 최대 12개월 이내의 시범 운영(mobilisation) 기간을 통해 설립 초기 투자 유치 및 IT시스템 등 인프라를 보완하여 전체 은행업을 허가하는 방식 중 선택 가능
- NBSU를 통해 2013년 이후 2022년 2월말까지 신규 라이선스를 받은 은행은 총 30개사<sup>4)</sup>로 이중 3개사<sup>5)</sup>는 인가 취소<sup>6)</sup>

〈그림 1〉 단계별 은행업 인가 프로세스



자료: 금융감독원(2021)

□ **팬데믹의 영향으로 디지털 뱅킹으로의 전환이 가속화됨에 따라 디지털 뱅크의 개인 계좌수 기준 시장점유율 증가**

- 디지털 뱅크의 부상을 반영하여 유럽 전역의 은행 지점은 2009년 24만개에서 2014년 20.9만 개, 2019년에는 16.5만개로 감소한 가운데 팬데믹 이후 더욱 대중화된 온라인 뱅킹의 영향으로 지점 수는 훨씬 빠른 속도로 감소할 것으로 전망<sup>7)</sup>

3) PWC, 2017, *Who are you calling a 'challenger'?*

4) Paragon Bank, Hampden & Co, Charter Court Financial Services, Oaknorth Bank, Atom Bank, Tandem Bank, First Trust Global Bank, Masthaven Bank, Starling Bank, Monzo Bank, BFC Bank, PCF Bank, Clear Bank, Redwood Bank, Civilised Bank, Chetwood Financial, Zopa Bank, Revver, Allica Bank, GH Bank, Oxbury Bank, Castle Trust Capital, DF Capital Bank, Monument Bank, Recognise Bank, Advanced Payment Solutions, Kroo, The Bank of London Group, Bank North, GB Bank

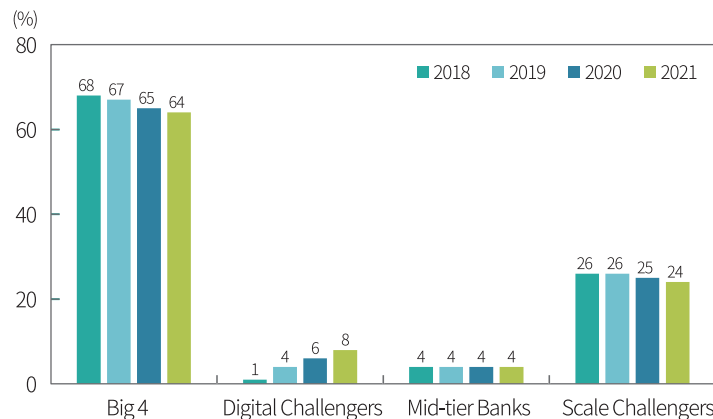
5) First Trust Global Bank, Civilised Bank, Revver

6) <https://www.bankofengland.co.uk/prudential-regulation/new-bank-start-up-unit/new-banks-authorized-since-2013>

7) KEARNEY, 2020. 5. 26, A new normal: fortifying your distribution channels in a world post-COVID-19.

- 영국의 경우 2018년 94%에 이르던 기존 은행(Big 4+스케일챌린저)의 개인 계좌수 기준 시장 점유율이 2021년에 88%로 감소한 반면 디지털 뱅크 점유율은 1%에서 8%로 성장(<그림 2> 참고)<sup>8)</sup>
  - 다만 소비자가 손쉽게 추가 계좌를 개설하여 제2의 계좌로 이용함에 따라 계좌수는 급성장 하였으나 디지털 뱅크를 주거래 계좌로 이용하는 고객이 적고 주고객이 청년층이어서 예치금은 전체의 1.2% 수준
- 또한 주니퍼 리서치(Juniper Research)<sup>9)</sup>는 2024년까지 36억명(성인 2명 중 1명)이 모바일 및 데스크톱 채널을 모두 포함하는 디지털 뱅킹 서비스를 사용할 것으로 예측
- 기존 은행들이 여전히 지점 중심의 비즈니스 모델을 유지하고 있기 때문에 디지털로의 전환은 챌린저 은행의 성장에 크게 기여
  - 다만 전통적인 은행들 또한 변화하는 소비자 수요를 따라잡기 위해 디지털 전환에 상당한 투자를 하면서 자체 디지털 상품을 개발

**<그림 2> 은행 그룹별 개인 고객 계좌수 시장점유율 추이**



주 : Big 4는 로이즈, 바클레이즈, HSBC, NatWest 등 4대 은행, 디지털 챌린저는 몬조, 스텔링 등 인터넷 전문 은행, Mid-tier 은행은 중소형 은행, 스케일챌린저는 Big 4 제외 중대형 은행을 지칭  
 자료: FCA(2022)

- 유럽의 챌린저 은행은 은행업 또는 e-money 라이선스를 취득하는 등의 방법으로 시장에 진출할 수 있으며 유럽 경제 지역(EEA) 패스पोर्ट를 통해 EU 내에서 영업을 쉽게 확장할 수 있음<sup>10)</sup>
  - 시장 진출 방식 1: 전통적인 방식으로 Atom Bank, Tandem 및 Starling Bank는 설립 전에 은행업 라이선스를 취득함

8) FCA, 2022, *Strategic Review of Retail Banking Business Models – Final Report*.

9) Juniper Research, 2020, *Digital Banking: Banking-as-a-Service, Open Banking & Digital Transformation 2020-2024*.

10) CBINSIGHTS, 2021, *The Challenger Bank Playbook: How 6 Digital Banking Upstarts Are Taking On Retail Banking*.

- 이 접근 방식의 가장 큰 단점은 얼리 어답터의 첫 번째 물결을 놓치게 된다는 것으로 시간이 많이 걸리는 규제 승인 프로세스로 인해 Atom Bank는 FCA(Financial Conduct Authority)에 등록한 지 18개월 후인 2016년 중반까지 상품이 출시되지 못함
- 시장 진출 방식 2: Monzo와 N26은 인가를 받는 기간 동안에도 고객이 플랫폼을 이용할 수 있도록 함
  - Monzo의 경우 풀 어카운트 상품 대신 선불카드를 먼저 출시하였는데 이 전략의 이점으로는 제품을 더 빨리 시장에 출시하고, 고객 피드백을 받고, 제품 출시 초기에 버그를 수정할 수 있다는 것이 있음
- 시장 진출 방식 3: Revolut는 e-money 라이선스를 취득하였는데, 이는 제공할 수 있는 서비스의 범위가 더 제한적이지만 훨씬 빠르게 취득하여 시장에 진출할 수 있다는 장점이 있음
  - 이 옵션은 2011년 시행된 영국의 전자화폐(Electronic Money) 규정의 일부로 가능해짐
- Revolut는 은행업 라이선스 대비 상대적으로 쉽게 취득할 수 있는 e-money 라이선스를 신청하고 당좌계좌가 아닌 환전 이용 고객을 타겟으로 하여 기존의 시장 진출 전략에 도전하였으며, 이를 통해 최종 은행 서비스를 위한 잠재적 고객 명단을 입수하는 동시에, 인가를 기다리지 않고 상품을 출시할 수 있었음
  - Revolut는 자주 여행하는 사람들에게 초점을 맞추고 사람들이 여러 은행 계좌를 개설할 필요 없이 국가 간에 환전할 수 있는 디지털 환전 앱을 구축
  - Revolut는 유럽 전역으로 확장하기 위해 EEA 패스पोर्ट를 활용했고, 다른 핀테크 업체들과도 제휴
- Revolut, Monzo 및 N26은 먼저 은행 인가를 받지 않고 바이럴 성장 전략을 통해 신속하게 고객을 확보하며 빠르게 성장하였으며, 그 결과 2021년 5월 기준 3개 은행의 총 고객 기반은 2,700만명 이상에 달함
- 특히 Revolut는 2018년 월간 기준으로도 손익분기점 돌파를 선언한 최초의 챌린저 은행이 되었으며 이는 신규 고객 확보 비용을 상쇄할 수 있을 만큼 많은 고객을 수익화하고 있다는 의미
  - Revolut는 현재 1,500만명의 개인 고객과 50만명의 비즈니스 고객을 보유하고 있음
- 반면 Tandem, Starling, Atom은 상품 출시를 위해 최대 2년이 소요되는 정식 라이선스를 받을 때까지 기다렸으며 해당 은행들의 총 고객 수는 290만명 수준
- 유럽의 챌린저 은행들은 또한 EU 27개 회원국 중 1개국에 라이선스를 받은 기업이 추가 라이선스 없이 다른 국가에서 금융상품이나 서비스를 제공할 수 있도록 하는 유럽 경제 지역(EEA) 패스पोर्ट를 활용하여 EU 내에서 영업을 확장할 수 있음
  - 예를 들어 N26은 패스पोर्ट를 사용하여 20개 이상의 EEA 국가로 서비스를 확장하였음

〈표 1〉 주요 챌린저 은행의 특징

	B2C	라이선스	라이선스 취득 전 상품 출시	최초 상품
Atom Bank	○	은행업	×	개인금융 앱
TANDEM	○	은행업	×	개인금융 앱
Starling Bank	○	은행업	×	인가받은 디지털 당좌계좌
Monzo	○	은행업	○	선불카드 & 디지털 당좌계좌
N26	○	은행업	○	선불카드 & 디지털 당좌계좌
Revolut	○	e-money	○	선불카드 & 환전 앱

□ 최근 시행된 영국의 오픈뱅킹 표준 및 EU의 개정된 결제 서비스 지침(PSD2) 등을 통해 EU와 영국의 규제 당국은 챌린저 은행의 성장을 적극적으로 지원하고 있음

- 최근 몇 년 동안 EU와 영국의 규제기관은 계속해서 도전 은행의 성장을 적극적으로 지원해 왔으며 여기에는 2018년 1월에 시행된 영국의 오픈뱅킹 표준 및 EU의 개정된 결제 서비스 지침(PSD2)과 같은 규정이 포함됨
- 2018년 1월 오픈뱅킹의 단계적 도입으로 영국의 9대 대형 은행을 대상으로 정보 공유가 강제됨에 따라 은행 고객이 정보 공유 동의시 Third Party Provider 등 제3자가 고객의 당좌계좌 관련 정보 이용 가능
- 이는 챌린저 은행과 같은 핀테크 회사가 기존 은행에 연결하여 소비자를 위한 새로운 서비스를 구축할 수 있는 큰 기회가 있음을 의미

□ 최근 챌린저 은행들은 파트너십 강화, 기업 인수, 신상품 출시 등을 통해 경쟁력 제고를 꾀하고 있으며 EEA 회원국을 넘어 새로운 시장으로의 진출을 모색중

- 최근 챌린저 은행들은 핀테크 파트너십을 통해 사업을 다각화하는 경향을 보이고 있으며 특히 영국의 오픈뱅킹 표준과 EU의 PSD2의 영향으로 파트너십을 강화
- 일부 챌린저 은행은 기업 인수를 모색하기도 하며 Starling Bank(기업대출 영업확대), Revolut(주식, 가상자산 등 금융상품 판매 기능 확대) 등은 기존 은행 영역에 대한 시장 확대 추진
- 챌린저 은행들은 시장에서 차별화를 꾀하기 위해 소수자 커뮤니티, 고액자산가, 신용점수가 없는 청년 등 매우 구체적인 지역사회와 틈새시장을 겨냥한 상품 출시
- 한편 챌린저 은행은 새로운 상품 출시 외에도 EEA 회원국을 넘어 새로운 시장에 진출하고 있음
  - 다만 N26, Monzo, Revolut은 모두 미국 시장 진출을 모색했지만 규제와 경쟁으로 인해 높은 진입장벽에 직면한 상황

- 챌린저 은행은 신속성, 확장성 등의 강점을 바탕으로 차별화된 서비스를 개발하여 경쟁력을 확보해야 하며 지속가능성을 위한 수익모델 마련도 중요한 것으로 판단
- 챌린저 은행은 IT 기술을 이용하여 운영 방식 등에 새로운 변화를 시도하며 기존 은행보다 편리한 신상품 및 서비스를 출시하여 성장
  - JPMorgan 등 기존 은행도 챌린저 은행(Chase Bank)을 설립하거나 온라인 부문을 강화하며 변화된 소비자 수요를 충족하고 경쟁력을 확보하고자 시도
  - 다만 은행수 및 이용고객수 측면에서 챌린저 은행이 비약적으로 성장하고 있음에도 이익을 실현하고 있는 은행은 소수에 그치는 것으로 나타남
  - 챌린저 은행의 가치는 계속 상승하며 대규모 투자금의 유입은 계속되고 있으나 지속가능성을 위해 수익모델 마련 중요
    - 영국의 챌린저 은행은 2021년 1~3분기 중 2014년 이후 가장 최대규모인 총 10억파운드의 투자자금을 유치<sup>11)</sup>하였는데 이는 소프트뱅크 비전펀드, 쉬로더 등이 Revolut에 투자(5.7억파운드)하였으며 맨체스터 펀드 등이 신생 혁신은행(Bank North)에 투자한 데 기인

선임연구원 심수연

11) 금융감독원, 2021, 영국 Challenger Bank 현황 및 시사점.