

# KCMI

Korea Capital  
Market Institute

## 미국 인터넷전문은행의 사업성과 분석 및 시사점

이성복



## 이성복 (Sungbok Lee)

연구위원 / 경제학 박사

### 연구분야

- Industrial Organization
- Financial Microeconomics
- Applied Econometrics
- Regulation

# 미국 인터넷전문은행의 사업성과 분석 및 시사점

2016. 3.

연구위원 이성복



자본시장연구원  
Korea Capital Market Institute



## 序 言

2015년 11월 금융위원회는 국내 최초로 인터넷전문은행 설립을 위한 은행업 예비인가를 발표하였다. 신설 인터넷전문은행은 대체적으로 은행산업의 경쟁력을 높일 수 있는 새로운 유형의 경쟁자가 될 것이라는 평가를 받고 있다. 국내 대표적인 정보통신기술(ICT)기업이 인터넷전문은행 신설을 주도하는 만큼 신설 인터넷전문은행은 ICT와 금융부문간 융합을 촉진시키고, 기존 은행을 자극하여 은행산업내 서비스경쟁을 확대시킬 것으로 기대된다.

한편 인터넷전문은행이 국내에서 성공할 수 있을가에 대한 우려도 존재한다. 2001년과 2008년 각각 인터넷전문은행 설립을 시도할 당시에 인터넷전문은행이 공격적인 영업으로 과도한 금리경쟁을 촉발시킬 경우 은행산업 전반의 수익성과 건전성을 악화시킬 수 있다는 우려가 지배적이었다. 여전히 일각에서는 기존 은행의 인터넷뱅킹이 잘 발달되어 있기 때문에 신설 인터넷전문은행이 금리경쟁을 촉발시킬 가능성이 높고 이에 따라 안정적인 사업성과를 실현하고 은행산업의 경쟁력을 높이는 쉽지 않을 것이라고 내다보고 있다.

본 보고서는 미국 인터넷전문은행의 사업성과에 대한 실증분석을 토대로 국내 인터넷전문은행이 기존 고객기반을 잘 활용하고 차별적인 은행서비스를 제공할 수 있다면 안정적인 사업성과를 실현하고 은행산업의 경쟁력을 제고시킬 수 있을 것이라고 제시한다. 이에 따르면 국내 신설 예정인 인터넷전문은행도 기존 은행과 차별적인 고객기반을 보유하고 있는 것으로 평가받고 있기 때문에 설립이후 안정적인 사업성과를 실현할 수 있을 것으로 기대된다. 다만 신설 인터넷전문은행의 사업성과는 기존 은행과 얼마나 차별적인 은행서비스를 제공할 수 있느냐에 따라 결정될 것으로 예상된다. 본 보고서에서는 신설

인터넷전문은행이 기존 은행과 차별적이지 못할 경우 과도한 금리경쟁을 유발시킬 수 있으며 은행산업의 효율성을 악화시킬 수 있다고 예상한다. 따라서 본 보고서는 신설 인터넷전문은행이 금리경쟁이 아닌 서비스경쟁을 촉진시킬 수 있어야 한다고 제안한다.

끝으로 본 보고서를 작성하는 데 노고를 아끼지 않은 이성복 연구위원에게 깊은 감사의 뜻을 전한다. 또한 지정논평을 맡아주신 본 연구원의 권재현 연구위원과 권민경 연구위원, 원내 세미나와 연구조정위원회에서 유익한 논평을 해 주신 여러 연구위원들에게도 감사드린다. 아울러 자료조사 및 원고정리를 위해 수고한 김현숙 선임연구원과 이수련 연구조원에게 감사를 전한다. 참고로 본 보고서의 내용은 연구진의 개인적인 의견이며 본 연구원의 공식적인 의견이 아님을 밝힌다.

2016년 3월

자본시장연구원

원장 신인석

## 목 차

---

---

Executive Summary .....	vii
Abstract .....	xiv
I. 연구 배경과 목적 .....	3
II. 국내 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인 .....	9
1. 연구질문과 문헌검토 .....	9
2. 사업성과 결정요인 .....	21
3. 신규진입 예상효과 .....	26
III. 미국 인터넷전문은행의 사업성과 실증분석 .....	45
1. 분석대상 및 방법 .....	45
2. 설립자 유형별 사업성과 비교 .....	54
3. 패널 회귀분석 .....	73
IV. 요약 및 시사점 .....	109
참고문헌 .....	115

## 표 목 차

---

---

<표 II-1> 설립자 유형별 사업성과 결정요인 차이 .....	25
<표 II-2> 지방은행의 지역별 지점 분포(2014년말) .....	29
<표 II-3> 인터넷전문은행 사업모델별 신규진입 효과 .....	39
<표 III-1> 분석대상 중 2014년말 기준 생존은행 현황 .....	49
<표 III-2> 분석대상 중 2014년말 기준 퇴출은행 현황 .....	50
<표 III-3> 미국 인터넷전문은행의 설립자 유형별 설립방식 .....	52
<표 III-4> 미국 인터넷전문은행의 설립자 유형별 생존비율 .....	54
<표 III-5> 미국 인터넷전문은행의 설립자 유형별 퇴출방식 .....	56
<표 III-6> 생존은행의 설립자 유형별 기준 예대비율(2014년말) .....	67
<표 III-7> 분석대상 전체의 기초통계 .....	77
<표 III-8> 생존은행의 기초통계 .....	78
<표 III-9> 퇴출은행의 기초통계 .....	78
<표 III-10> 회귀모형의 설명력 비교 .....	81
<표 III-11> 분석대상 전체에 대한 확률효과 회귀분석 결과 .....	87
<표 III-12> 생존은행에 대한 확률효과 회귀분석 결과 .....	96
<표 III-13> 퇴출은행에 대한 확률효과 회귀분석 결과 .....	102

## 그 립 목 차

---



---

<그림 III-1> 분석대상 인터넷전문은행의 연도별 개수 .....	47
<그림 III-2> 미국 인터넷전문은행의 연도별 진입과 퇴출 .....	48
<그림 III-3> 생존은행과 퇴출은행의 총자산 평균 비교 .....	57
<그림 III-4> 생존은행과 퇴출은행의 총예금 평균 비교 .....	58
<그림 III-5> 생존은행과 퇴출은행의 순이익 평균 비교 .....	59
<그림 III-6> 설립자 유형이 은행인 경우 총자산 평균 비교 .....	60
<그림 III-7> 설립자 유형이 은행인 경우 총예금 평균 비교 .....	61
<그림 III-8> 설립자 유형이 은행인 경우 순이익 평균 비교 .....	62
<그림 III-9> 생존은행의 설립자 유형별 총자산 평균 추이 .....	63
<그림 III-10> 생존은행의 설립자 유형별 총예금 평균 추이 .....	65
<그림 III-11> 생존은행의 설립자 유형별 이자비용 및 이자수익 분포(2014년중) .....	69
<그림 III-12> 생존은행의 설립자 유형별 순이자마진을 대비 총자산이익률(2014년중) .....	71
<그림 III-13> 설립자 유형별 순이익 평균 추이 .....	73
<그림 III-14> 총자산의 자연로그 값의 설립자 유형별 평균 .....	84
<그림 III-15> 생존은행의 설립자 유형별 총자산이익률 지속성 .....	95
<그림 III-16> 퇴출은행의 퇴출 유형별 총자산이익률평균 .....	100

## 약 어 표

---

BLS	Bureau of Labor Statistics
CERT	Certificate Number
CI	Condition Index
CMA	Cash Management Account
ECB	European Central Bank
FDIC	Federal Deposit Insurance Corporation
GLS	Generalized Least Square
ICT	Information Communication Technology
IT	Information Technology
MMDA	Money Market Deposit Account
MMF	Money Market Fund
NIM	Net Interest Margin
OCC	Office of the Comptroller of the Currency
OLS	Ordinary Least Squares
P2P	Peer to Peer
ROA	Return On Assets
ROE	Return On Equity
SDI	Statistics on Depository Institutions
SIPC	Securities Investor Protection Corporation
VIF	Variation Index Factor

## 《 Executive Summary 》

2015년 11월 금융위원회는 현행 은행법에 따라 국내 최초로 인터넷전문은행이 설립될 수 있도록 은행업 예비인가를 부여하였다. 그런데 2001년과 2008년 인터넷전문은행 도입을 시도할 당시와 같이 신설 인터넷전문은행이 국내에서 안정적인 사업성과를 실현하고 은행산업의 경쟁력을 제고시킬 수 있을지에 대한 의견은 분분하다.

본 연구는 국내보다 앞서 인터넷전문은행이 설립된 미국사례를 통해 국내 인터넷전문은행이 안정적인 사업성과를 실현하고 은행산업의 경쟁력을 제고시킬 수 있는 요인이 무엇인지를 제시하고자 한다. 미국사례를 살펴보면 인터넷전문은행 간에도 사업성과 차이가 존재하는 것으로 나타난다. 그렇다면 국내 인터넷전문은행이 안정적인 사업성과를 실현할 수 있는 결정요인이 존재할 수 있다. 이에 따라 은행산업에 미치는 영향도 달라질 수 있다.

본 연구는 상기 연구가설을 실증적으로 검증하기에 앞서 기존문헌 검토 및 비교우위 분석을 실시하고 그 결과를 토대로 국내 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인이 무엇인지를 살펴보았다. 또한 본 연구는 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인이 어떻게 인터넷전문은행의 영업전략과 사업모델 선택에 영향을 미치는지를 살펴보았다. 이를 토대로 본 연구는 신설 인터넷전문은행이 금융소비자 편의성, 은행산업 경쟁도 및 효율성, 금융산업 전반의 안정성에 미치는 영향을 간략하게 평가하였다.

기존문헌을 검토한 결과에 따르면 고객기반 보유여부는 인터넷전문은행의 중요한 사업성과 결정요인중 하나로 제시된다. DeYoung (2001; 2002; 2005)은 기술기반보다는 고객기반이 인터넷전문은행의 사업성과에 더 큰 영향을 미칠 수 있음을 보였고, Delgado *et al.*

(2007)은 DeYoung(2001; 2002; 2005)의 분석결과를 재확인하였으며, Sullivan and Wang(2013)은 인터넷뱅킹처럼 인터넷전문은행의 사업 성과도 고객기반 보유여부에 의해 좌우될 수 있음을 시사하였다. 또한 기존 고객기반이 없는 인터넷전문은행일수록 설립초기 고객기반 확보를 위해 과도한 영업비용을 지출하거나 기존 은행과 과도한 금리경쟁을 시도할 가능성이 높은 것으로 나타났다. 이는 고객기반 보유여부가 인터넷전문은행의 영업전략과 사업모델 선택에 영향을 줄 수 있음을 시사한다.

다만 기존문헌은 전통은행을 인터넷전문은행의 비교대상으로 삼으면서 인터넷전문은행간 사업성과 결정요인이 다를 수 있고 이에 따라 사업성과의 차이가 발생할 수 있음을 고려하지 않았다. 또한 기존문헌은 인터넷전문은행이 전통은행과 본질적으로 동일한 은행서비스를 제공하고 모든 인터넷전문은행이 기존 고객기반 없이 설립되었다고 가정하였다. 이 때문에 기존문헌은 은행서비스의 차별화가 인터넷전문은행의 사업성과에 중요한 영향을 미칠 수 있음을 고려하지 않았다. 이와 달리 본 연구는 인터넷전문은행간 사업성과 결정요인이 다를 수 있고 이에 따라 은행서비스의 차별화가 나타날 수 있으며 인터넷전문은행의 사업성과도 달라질 수 있는지를 살펴보았다.

인터넷전문은행의 상대적 비교우위도 영업전략과 사업모델 선택에 영향을 미칠 수 있다. 인터넷전문은행은 기존 은행의 인터넷뱅킹이 잘 발달된 경우라도 고정비용 측면에서 기존 은행보다 어느 정도 비교우위를 차지할 것으로 예상된다. 또한 인터넷전문은행은 고객의 접근 편의성 측면에서 기존 은행에 비해 불리할 수 할 수 있다. 그러나 고객의 접근 편의성은 비대면 은행서비스의 거래절차와 거래조건에 의해 더 크게 좌우될 수 있다. 고객 기반의 특성이 인터넷전문은행의 비교우위를 결정하는 중요한 요인으로 작용할 수 있을 것으로

예상된다. 주요 고객층의 특성에 따라 고객의 은행서비스에 대한 가격탄력성과 인터넷전문은행이 제공할 수 있는 은행서비스의 유형이 달라질 수 있기 때문이다.

본 연구는 기존문헌 검토 및 비교우위 분석 결과를 토대로 인터넷전문은행 사업성과의 결정요인을 기존 고객기반 보유여부 및 특성, 기존 금융서비스 유형, 새로운 금융서비스 유형으로 구분하였다. 기존 금융서비스 및 신규 금융서비스의 유형도 중요한 사업성과 결정요인이 될 수 있다. 인터넷전문은행이 기존 금융서비스를 제공하는 경우 이들 고객의 은행서비스 수요를 상대적으로 용이하게 흡수할 수 있고 이를 통해 범위의 경제를 기존 은행보다 효과적으로 실현할 수 있기 때문이다. 그런데 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인은 직접적으로 관측하기 어렵다. 고객기반 보유여부는 설립초기 인터넷전문은행의 자산규모 또는 수신규모로 측정할 수 있다. 그러나 기존 고객기반의 특성, 기존 금융서비스의 유형, 신규 금융서비스의 유형은 직접 관측하기 어렵다. 이 문제를 해결하기 위해 본 연구는 설립자 유형으로 직접 관측할 수 없는 사업성과 결정요인을 간접적으로 구분할 수 있다고 판단하고 설립자 유형을 별도의 사업성과 결정요인으로 인식하였다.

인터넷전문은행이 선택할 수 있는 영업전략은 주어진 사업성과 결정요인에 따라 크게 가격우위(price advantage) 전략과 서비스확대(service extension) 전략으로 구분할 수 있다. 또한 인터넷전문은행의 사업모델은 영업전략 선택에 따라 가격우위 모델, 가격우위-고객특화 모델, 금융서비스확장 모델로 구분할 수 있다. 가격우위 사업모델은 기존 은행과 동일한 은행서비스를 제공하나 기존 은행보다 유리한 가격조건을 제시하는 사업모델이다. 가격우위-고객특화 사업모델은 기존 은행과 동일한 은행서비스를 제공하나 주요 고객층을 달리

하는 사업모델이다. 금융서비스확장 사업모델은 기존 금융서비스를 제공받는 고객기반에게 신규로 은행서비스를 제공하는 사업모델이다.

신설 인터넷전문은행이 어떤 사업모델을 채택하느냐에 따라 금융 소비자 편의성, 은행산업의 경쟁도와 효율성, 금융 전반의 안정성에 미치는 영향도 다르게 나타날 수 있다. 가격우위 모델이 지배적일 경우 은행산업내 금리경쟁이 촉발될 수 있으며 은행산업 전반의 건전성과 금융 전반의 안정성은 크게 저해될 가능성이 높을 것으로 예상된다. 가격우위-고객특화 모델이 지배적일 경우 신용등급이 낮은 고객의 은행 접근성이 크게 제고될 것이며 이 때문에 무리한 금리경쟁도 나타나지 않을 것으로 예상된다. 다만 예금고객의 이탈현상이 기존 은행을 중심으로 나타날 수 있으며 기존 은행의 수신금리를 인상시키는 압력으로 작용할 것으로 예상된다. 그럼에도 불구하고 금리경쟁은 제한적으로 발생할 것이며 금융산업 전체의 안정성에 미치는 영향도 크지 않을 것으로 예상된다. 금융서비스확장 모델이 지배적일 경우 고객이 선택할 수 있는 금융서비스의 범위가 크게 확장될 것이며 이를 통해 은행산업 내 유효경쟁이 금리경쟁이 아닌 서비스경쟁으로 발전할 것으로 예상된다. 또한 서비스경쟁을 통해 은행산업의 효율성이 높아질 경우 은행산업의 건전성뿐만 아니라 금융산업 전반의 안정성 제고에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다.

본 연구는 국내 인터넷전문은행이 안정적인 사업성과를 실현할 수 있는 요인이 무엇인지를 살펴보기 위해 1995~2014년중 기존문헌 등에서 인터넷전문은행으로 확인되는 미국의 인터넷전문은행 38개를 대상으로 설립자 유형에 따라 인터넷전문은행간 사업성과의 차이가 발생하는지를 실증적으로 분석하였다. 참고로 본 연구는 분석대상을 인터넷전문은행으로 제한함에 따라 인터넷전문은행이 미국 은행산업에 미치는 영향을 직접적으로 실증 분석하지 않았다.

본 연구는 실증분석을 위해 FDIC의 예수금수취금융기관 통계 (SDI)를 이용해 미국의 인터넷전문은행 38개의 1995년 4분기부터 2014년 4분기까지 분기별 불균형 패널데이터를 구축하였다. 본 연구는 먼저 설립자 유형별 사업성과를 비교하고 이를 토대로 DeYoung(2001; 2002; 2005)을 참조하여 회귀분석모형을 세우고 확률효과 패널 회귀분석을 실시하였다. 다만 설립자 유형을 구분하여 패널 회귀분석을 실시할 경우 회귀분석의 결과로 설립자 유형별 사업성과 차이를 해석하는데 한계가 있을 수 있다. 설립자 유형에 따라 인터넷전문은행 개수가 작은 경우가 발생하기 때문이다. 본 연구는 이 점을 감안하여 회귀분석을 실시하고 그 결과를 해석하고자 하였다.

미국의 인터넷전문은행 38개를 대상으로 패널 회귀분석을 실시한 결과를 살펴보면 설립자 유형이 설립초기 은행의 사업성과에 미치는 영향은 금융투자회사, 카드사·할부금융사, 자동차·가전제조회사로 분류된 경우가 은행·IT·기타로 분류된 경우보다 큰 것으로 나타났다. 또한 설립자 유형별 자금운용 전략의 차이가 인터넷전문은행의 사업성과에 미치는 영향이 설립자 유형별 특성에 따라 달라지는 것으로 나타났다.

이는 설립자 유형이 금융투자회사, 카드사·할부금융사, 자동차·가전제조회사로 분류된 인터넷전문은행이 기존 고객기반을 보유하고 있다는 특성과 무관하지 않으며 기존 고객기반의 특성에 맞는 은행 서비스를 제공했기 때문인 것으로 파악된다. 아울러 생존은행만을 대상으로 패널 회귀분석을 실시한 결과를 살펴보면 설립초기 나타나는 설립자 유형별 사업성과의 차이는 지속적인 것으로 나타났다. 참고로 기존 고객기반 없이 설립된 인터넷전문은행이 기존 은행과 차별적이지 못하더라도 설립초기 무리한 영업과 과도한 금리경쟁

지양하고 점차적으로 고객기반을 확보한 경우 수익이 적자에서 흑자로 전환되면서 안정적인 사업성과를 실현하는 것으로 나타났다.

미국의 인터넷전문은행 38개를 대상으로 설립자 유형별 생존비율을 살펴보면 퇴출은행 14개 중 13개는 설립자 유형이 은행, IT회사, 기타로 분류된 인터넷전문은행으로 파악된다. 이들 은행의 공통적인 특징은 기존 고객기반 없이 설립되었다는 점이다. 설립초기 생존은행과 퇴출은행의 사업성과를 비교할 경우 이러한 공통된 특징은 두드러지게 나타난다. 퇴출은행일수록 설립초기 고객기반 확보를 위해 생존은행보다 공격적인 영업을 통해 총자산 및 총예금을 빠르게 증가시켰으나 이렇게 확보한 고객기반이 안정적인 수익기반으로 연결되지 못한 것으로 확인된다. 퇴출은행을 대상으로 패널 회귀분석을 실시한 결과도 이를 뒷받침해준다. 퇴출은행의 경우 생존은행과 달리 영업기간이 길수록 총자산이익률이 통계적으로 유의하게 감소한 것으로 나타났다. 이는 기존 고객기반 없이 설립된 인터넷전문은행일수록 설립초기 과도한 비용을 지출하면서 사업성과가 지속적으로 악화되었기 때문인 것으로 파악된다.

본 연구의 결과는 기존 고객기반 보유여부가 인터넷전문은행의 가장 중요한 사업성과 결정요인임을 제안한다. 기존 고객기반 없이 설립된 인터넷전문은행일수록 무리한 금리경쟁을 촉발시킬 수 있는 반면, 기존 고객기반을 보유한 경우 차별적인 은행서비스를 제공할 가능성이 높은 것으로 나타났기 때문이다. 분석대상 중에서 설립자 유형이 금융투자회사, 자동차·가전제조회사, 카드사·할부금융사로 분류된 인터넷전문은행의 총자산 또는 총예금이 분석대상 기간중 설립자 유형이 은행으로 분류된 경우보다 비교적 안정적이고 빠른 속도로 성장한 것으로 나타났다.

이는 이들 인터넷전문은행이 기존 고객기반의 특성에 맞게 기존 은행과 차별적인 은행서비스를 제공한 것이 유효했기 때문인 것으로 파악된다. 또한 기존 은행과 차별적인 고객기반을 대상으로 은행서비스를 제공한 은행일수록 더 높은 사업성과를 실현한 것으로 나타났다.

본 연구는 상기 연구결과를 바탕으로 세 가지 정책적 시사점을 제시한다.

첫째, 신설 인터넷전문은행은 기존 고객기반을 잘 활용하고 기존 은행과 차별적인 은행서비스를 제공할 수 있어야 한다. 이를 통해 신설 인터넷전문은행은 가격경쟁보다는 서비스경쟁을 촉진시킬 수 있어야 한다. 그렇지 않을 경우 가격경쟁의 부작용으로 은행산업의 비효율성이 악화될 수 있으며 향후 추가적인 인터넷전문은행의 신규 진입에도 악영향을 미칠 수 있다.

둘째, 신설 인터넷전문은행과 기존 은행 모두 공격적인 금리경쟁을 지양해야 한다. 신설 인터넷전문은행 기존 고객기반을 보유하고 차별화된 은행서비스를 제공할 수 있는 여력이 있다고 하더라도 설립초기 높은 사업성과를 실현하기 위해 무리한 금리경쟁을 시도할 수 있다. 이에 대응하여 기존 은행도 금리경쟁을 가열시킬 수 있다. 이 경우 당초 기대했던 신규진입 효과보다는 부작용이 더 커질 수 있기 때문에 이에 대한 각별한 주의가 요망된다.

셋째, 금융당국은 비대면 은행서비스가 효율적으로 제공될 수 있도록 불필요한 규제를 재검토하고 개선할 필요가 있다. 현재에도 은행의 인터넷뱅킹의 업무절차를 살펴보면 고객에게 대면확인을 요구하는 경우가 많다. 인터넷전문은행의 신규진입에 따른 긍정적인 기대효과를 극대화하기 위해서는 비대면 은행서비스 이용과 관련된 불편한 점들이 신속하게 개선될 필요가 있다.

« Abstract »

**The Determinants of Internet-only banks' Performance in the  
US Banking Industry**

This study examines the performance of internet-only banks by using the panel data of the US banking industry to determine what conditions influence the success of internet-only banks. The results show that internet-only banks exhibit differences in performance depending on strategical conditions such as established client relationships, banking service differentiation, types of financial services currently provisioned or newly provided. In particular, internet-only banks with established client relationships perform better than those which have to secure new clients at the early stage of the business. In addition, internet-only banks that provide banking services differentiated from those provisioned by traditional banks also perform better than those which have to compete with traditional banks. The latter ones tend to excessively compete over prices rather than services, resulting in deteriorating profitability and increasing the likelihood of bank failure. Interestingly, internet-only banks established by financial groups, which provide a range of financial services to clients, outperform those banks which provide only banking services. The results of this study suggest that internet-only banks in Korea, newly introduced in 2016, need to utilize relationships with clients and seek differentiated banking services from traditional banks in order to attain good performance and stable growth.

## 1. 연구 배경과 목적

---



## I. 연구 배경과 목적

2015년 11월 금융위원회는 현행 은행법에 따라 카카오뱅크와 K-뱅크가 인터넷전문은행을 설립할 수 있도록 은행업 예비인가를 부여하였다. 일정상 큰 차질이 없는 한 2016년 상반기내에 국내 최초로 인터넷전문은행이 신설될 것으로 예상된다. 이와 동시에 금융위원회는 인터넷전문은행이 추가적으로 설립될 수 있도록 은행법 개정을 통해 인터넷전문은행에 대한 인가요건을 낮출 예정이다. 예를 들면, 인터넷전문은행의 법정 최저자본금 요건은 시중은행의 절반 수준인 500억원으로 낮아지고, 상호출자제한기업집단에 해당되지 않는 산업자본이면 인터넷전문은행의 지분을 50%까지 보유할 수 있게 될 예정이다.

그런데 신설 인터넷전문은행이 국내에서 안정적인 사업성과를 실현하고 은행산업의 경쟁력을 제고시킬 수 있을지에 대한 의견은 일치하지 않는다. 신설 인터넷전문은행이 고객유치를 위해 불필요한 금리경쟁을 야기할 수 있고 기존 은행이 금리경쟁에 적극적으로 대응할 경우 신설 인터넷전문은행의 사업성과는 설립초기부터 악화되고 은행산업의 경쟁력은 제고되지 못할 수 있다고 보기 때문이다. 2001년 및 2008년에도 각각 민간주도 및 정부주도로 인터넷전문은행 설립을 시도하였으나 동일한 이유 때문에 무산되었다.

일각에서는 기존 은행의 인터넷뱅킹이 잘 발달된 상태에서 기존 은행과 같은 인터넷전문은행이 신설될 경우 과도한 금리경쟁이 촉발되고 은행산업 전반의 수익성과 건전성이 저해될 가능성은 더 높아질 수 있다고 주장한다. 인터넷전문은행은 점포망에 의존하지 않고 온라인 또는 인터넷을 통해 고객에게 비대면으로 은행서비스를 제공한다는 점에서 기존 은행과 다르지만 기존 은행의 인터넷뱅킹과 본질적으로 동일하기 때문이다. 이 때문에 신설 인터넷전문은행이 기존 은행과 차별적이지 못할

#### 4 미국 인터넷전문은행의 사업성과 분석 및 시사점

경우 금리경쟁은 불가피하게 발생할 수 있고 이에 따른 부작용이 은행산업의 비효율성을 심화시킬 수 있다고 보는 것이다.

그럼에도 불구하고 신설 인터넷전문은행이 안정적인 사업성과를 실현하고 은행산업의 경쟁력을 제고시킬 가능성은 열려 있다고 볼 수 있다. 2015년 5월 발표된 「한국형 인터넷전문은행 도입방안」에 따르면 금융위원회는 이전과 달리 금융개혁, 은행산업 비효율성 개선, 핀테크 혁신이라는 정책적 목적을 달성하기 위해 기존 은행과 차별적인 인터넷전문은행이 설립되어야 한다는 뚜렷한 인가방침을 제시하였으며, 신설 인터넷전문은행도 이러한 인가방침에 부합하여 기존 은행이 소홀했던 중금리 대출시장을 개척하겠다는 사업계획을 발표한 상태이다. 이에 따라 일각에서 우려한 과도한 금리경쟁과 그 부작용은 발생하지 않을 수 있고 오히려 신설 인터넷전문은행이 서비스경쟁을 촉진시켜 은행산업의 경쟁력을 제고시킬 가능성도 존재한다.

따라서 인터넷전문은행이 안정적인 사업성과를 실현하고 은행산업의 경쟁력을 제고시킬지의 여부는 신설 인터넷전문은행이 선택하는 영업전략과 사업모델에 의해 결정될 수 있다. 인터넷전문은행이 기존 은행과 차별적인 은행서비스를 제공하지 못할 경우 과도한 금리경쟁으로 은행산업의 비효율성이 악화될 수 있으나 그렇지 않을 경우 은행산업내 서비스경쟁이 심화될 수 있고 결과적으로 은행산업의 경쟁력이 제고될 수 있기 때문이다.

본 연구는 인터넷전문은행이 선택하는 영업전략과 사업모델은 주어진 사업성과 결정요인에 의해 달라질 수 있다고 판단하고 신설 인터넷전문은행이 안정적인 사업성과를 실현하고 은행산업의 경쟁력을 제고시킬 수 있는 요인이 무엇인지를 살펴보고자 한다. 이를 위해 기존문헌 검토 및 비교우위 분석을 통해 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인과 신규진입이 은행산업에 미치는 영향을 살펴보았다. 또한 주어진 사업성과

결정요인에 따라 인터넷전문은행간 사업성과의 차이가 발생하는지를 미국의 인터넷전문은행을 대상으로 실증적으로 검증하였다. 이를 통해 본 연구는 국내 인터넷전문은행의 성공요인에 대한 정책적 시사점을 제시하고자 한다.

본 보고서의 나머지는 다음과 같이 구성된다. 제Ⅱ장에서는 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인과 신규진입이 은행산업에 미치는 영향을 살펴보았다. 본 연구는 설립자 유형에 따라 다를 수 있다고 판단하고 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인을 기존 고객기반 보유여부 및 특성, 기존 금융서비스의 유형, 신규 금융서비스의 유형으로 인식하였다. 이에 따라 본 연구는 인터넷전문은행의 사업모델이 가격우위, 가격우위-고객특화, 금융서비스확장 사업모델로 나타날 수 있음을 제시하였다. 또한 본 연구는 인터넷전문은행의 사업모델에 따라 다르게 나타날 수 있는 신규진입 효과를 금융소비자 편의성, 은행산업 경쟁도와 효율성, 금융전반의 안정성 측면에서 살펴보았다. 제Ⅲ장에서는 1995~2014년중 미국의 인터넷전문은행 38개를 대상으로 주어진 사업성과 결정요인에 따라 인터넷전문은행간 사업성과의 차이가 발생하는지를 실증적으로 검증하였다. 설립자 유형별 사업성과 비교분석을 통해 설립자 유형별 생존비율, 설립초기 생존은행과 퇴출은행의 사업성과, 생존은행의 설립자 유형별 사업성과를 비교분석하고 분기별 불균형 패널데이터를 이용하여 설립자 유형으로 대변되는 사업성과 결정요인에 따라 인터넷전문은행간 사업성과의 차이가 발생하는지를 패널 회귀분석을 통해 검증하였다. 제Ⅳ장에서는 본 연구의 결과를 요약하고 세 가지 정책적 시사점을 제시하였다.



## II. 국내 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인

---

1. 연구질문과 문헌검토
2. 사업성과 결정요인
3. 신규진입 예상효과



## II. 국내 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인

### 1. 연구질문과 문헌검토

#### 가. 연구질문

일반적으로 어떤 시장에서의 신규진입은 시장의 비효율성을 개선시키는 역할을 한다. 새로 진입한 기업이 그 시장의 유효경쟁을 제고시켜 기존 기업의 시장지배력을 약화시킬 경우 시장 효율성이 개선될 수 있기 때문이다. 그러나 신규진입이 어떤 유형의 경쟁을 촉진시키느냐에 따라 시장의 비효율성을 약화시킬 가능성도 존재한다. 예를 들면, 초과공급인 상태에서 신규진입이 가격경쟁을 심화시킬 경우 초과공급 상태가 더 악화될 수 있다. 즉, 신규진입이 항상 시장의 비효율성을 개선시키는 것은 아니며, 시장의 상황에 따라 그 효과가 달라질 수 있다.

국내 은행산업은 대체적으로 비효율적이라는 평가를 받는다. 1997년 외환위기 이후 은행산업은 수차례 구조조정을 거치면서 대형화를 이루는데 성공하였다. 이를 통해 은행산업은 어느 정도 규모의 경제를 달성한 것으로 평가받는다(함준호, 2009). 그럼에도 불구하고 그동안 국내 은행산업의 비효율성 문제는 여러 측면에서 제기되어 왔다(윤석현, 2012). 특히 2008년 글로벌 금융위기 이후 최근 5~7년 동안 은행서비스가 과도하게 공급되어 발생하는 오버뱅크(over-banking) 문제가 지적되었다(임재호, 2013; 김종현, 2015). 은행 수는 줄었지만 은행 점포와 자동화기기가 과도하게 공급되면서 은행의 대면 채널망의 수익성이 전반적으로 악화되었기 때문이다. 참고로 국내 은행산업의 오버뱅크 문제가 심각하지 않다는 의견도 존재한다(김우진, 2014).

국내 은행산업에서 오버뱅킹 문제가 제기된 근본적인 원인은 각 은행에서 제공하는 은행서비스가 대면 중심이고 동질적이기 때문으로 판단된다. 만약 은행이 2000년대 초반부터 활성화된 인터넷뱅킹을 활용해 효과적으로 비대면 은행서비스를 제공하였다면 은행들은 무리하게 점포망을 늘리는 경쟁을 하지 않았을 것이다. 그동안 기존 은행이 제공하는 인터넷뱅킹은 간단한 자금이체 및 통장관리에 주로 활용되었다. 반면에 온라인 전용 예금 및 대출상품이 출시된 이후에도 대면 중심의 업무방식 때문에 그 이용비중은 상당히 낮았다. 이충렬(2005)은 국내 인터넷뱅킹이 계좌이체와 단순조회를 중심으로 이용되었다고 보고한다. 2004년중 일평균 인터넷뱅킹 사용건수를 살펴보면, 단순조회가 83.4%, 자금이체가 16.6%를 차지하나 대출신청은 0.1%에 그쳤으며 비대면 대출실행도 거의 없는 것으로 나타났다. 자금이체 및 단순조회 중심의 인터넷뱅킹 특징은 10년이 지나도 크게 변하지 않은 것으로 확인된다. 서병호 외(2014)는 인터넷뱅킹이 단순조회나 자금이체에 치중되어 있고, 예금, 펀드 등의 온라인 금융상품 제공은 제한적이며, 온라인 대출상품 수요가 증가하고 있으나 매우 미미한 실정이라고 평가한다.

또한 은행들이 점포망을 통해 제공하는 은행서비스가 차별적이었던 점포수가 많다는 것 자체가 문제되지 않았을 것이다. 각 은행이 제공하는 은행서비스가 동질적일 경우 점포수가 늘어날수록 은행간 경쟁은 심화될 수밖에 없다. 이 때문에 은행 점포의 생산성과 효율성은 악화될 수 있다. 서병호 외(2014)는 이 때문에 2013년을 기점으로 은행 점포수가 줄었다고 보고한다. 점포 생산성과 관련된 점포당 당기순이익, 점포당 총이익, 점포당 이자이익, 점포당 수수료이익 등은 악화되고 은행의 점포 비용효율성을 나타내는 점포당 판매관리비가 지속적으로 증가하는 등 적자 점포가 출현하면서 은행들이 점포 통·폐합을 추진했기 때문이다. 서병호 외(2014)는 은행들이 혁신점포를 도입하여 은행서비스 차별화를 시도했으나 은행의 혁신점포가 단순히 사무공간을 바꾸는데 그쳤

다고 평가한다. 따라서 기존 은행은 고객 차별화 또는 은행서비스 차별화에 별다른 노력을 하지 않았다고 볼 수 있다.

기존 은행은 신설 인터넷전문은행과 경쟁하기 위해 비대면 채널을 이전보다 효율적으로 활용할 것으로 기대된다. 신설 인터넷전문은행도 비대면 채널이 유일한 영업망이기 때문에 고객의 다양한 은행서비스 수요를 비대면으로 충족시킬 수 있는 방안을 강구할 것으로 예상된다. 따라서 비대면 은행서비스는 인터넷전문은행의 신규진입을 계기로 단순조회 및 자동이체서비스에 그치지 않고 은행의 본질적인 업무인 예대업무로까지 확대될 것으로 예상된다. 이를 통해 은행서비스가 대면 중심이기 때문에 발생하는 오버뱅킹 문제는 자연스럽게 해소될 것으로 기대된다.

그러나 신설 인터넷전문은행이 기존 은행과 차별적인 은행서비스를 제공하지 못할 경우 은행서비스가 동질적이기 때문에 발생하는 오버뱅킹 문제는 더욱 악화될 수 있다. 신설 인터넷전문은행과 기존 은행이 경쟁하는 과정에서 과도한 금리경쟁이 발생할 경우 은행서비스가 더 과다하게 공급될 수 있기 때문이다. 이로 인해 기존 은행과 차별적이지 못한 인터넷전문은행일수록 수익성이 지속적으로 악화될 수 있으며 퇴출될 가능성도 높아질 수 있다. 또한 은행산업의 수익성과 건전성도 악화될 수 있다.

이처럼 신설 인터넷전문은행이 어떤 유형의 경쟁을 촉진시키느냐에 따라 은행산업에 미치는 영향도 달라질 수 있다. 국내 은행산업의 오버뱅킹 문제가 심각하다면 금리경쟁보다는 서비스경쟁이 은행산업에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다. 그렇지 않더라도 신설 인터넷전문은행이 서비스경쟁을 촉진시킬 경우 은행산업의 경쟁력을 높이는데 효과적일 수 있다. 다만 국내 은행산업의 오버뱅킹 문제가 심각하지 않다면 어느 정도의 금리경쟁도 은행산업의 유효경쟁을 촉진시킬 수 있을 것으로 판단된다.

본 연구는 국내보다 앞서 인터넷전문은행이 설립된 미국의 사례분석을 통해 신설되는 국내 인터넷전문은행이 안정적인 사업성과를 실현하고 은행산업의 경쟁력을 제고시킬 수 있는 요인이 무엇인지를 제시하고자 한다. 미국 인터넷전문은행의 사업성과를 살펴보면 인터넷전문은행 간에도 사업성과 차이가 발생하는 것으로 나타난다. 그렇기 때문에 신설 인터넷전문은행이 안정적인 사업성과를 실현할 수 있는 결정요인이 존재할 수 있다. 또한 이에 따라 은행산업에 미치는 영향도 달라질 수 있다고 추론할 수 있다.

본 장에서는 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인에 따라 인터넷전문은행간 사업성과의 차이가 발생할 수 있다는 가설을 검증하기 위해 앞서 기존문헌 검토 및 비교우위 분석결과를 토대로 국내 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인이 무엇이고 어떻게 인터넷전문은행의 영업전략과 사업모델 선택에 영향을 미치는지를 살펴본다. 이를 토대로 본 연구는 신설 인터넷전문은행이 금융소비자 편의성, 은행산업 효율성, 금융산업 전반의 안정성에 미치는 영향을 분석한다.

## 나. 문헌검토

### 1) DeYoung(2001; 2002; 2005)

DeYoung(2001; 2002; 2005)은 미국 인터넷전문은행 사업성과의 지속가능성을 살펴보기 위해 1997~2001년중 새로 설립된 인터넷전문은행 12개와 동일 기간에 새로 설립된 전통은행 644개의 사업성과를 회귀분석을 통해 비교하였다.<sup>1)</sup> 참고로 분석대상에는 전통은행으로 전환한 1개,

1) DeYoung(2002)의 분석대상 미국 인터넷전문은행은 다음과 같다: Bank of Internet USA(San Diego, CA); ClarityBank.com(Uvalde, TX); DeepGreen Bank(Seven Hills, OH); First Internet Bank of Indiana(Indianapolis, IN);

전통은행에 인수된 2개와 자진 폐업한 1개가 포함되어 있다.

1990년대 후반 당시 미국에서는 인터넷전문은행이 점포 없이 은행업을 영위하면 상대적으로 전통은행보다 비용우위에 있고 대면 접근성 제약도 덜 받기 때문에 전통은행보다 빠르게 성장할 것으로 기대했다. 상대적 비교우위가 높은 수신금리와 낮은 대출금리로 반영돼 인터넷전문은행의 경쟁력을 강화시킬 것으로 보았기 때문이다. 그러나 인터넷전문은행 대부분은 설립초기부터 낮은 수익성으로 고전을 면치 못했다. 1990년대 은행 4,000개가 폐쇄되는 상황에서도 10,000개의 점포가 신설되는 등 전통은행의 성장이 계속된 반면에 인터넷전문은행의 성공은 당초 기대와는 달리 불투명했다.

예를 들면, 2000년 1월 ClarityBank.com는 비대면 은행서비스를 제공할 목적으로 First National Bank를 인수해 인터넷전문은행으로 전환했지만 지속적인 수익성 악화로 2001년 중반 전통은행으로 재전환하였고 2002년 1월 은행명도 National American Bank로 변경하였다. 2000년 5월 신설된 Lighthouse Bank는 7개월 동안 총예금 5,254.5만달러를 예치하는데 성공하였지만 2000년중 당기순이익 - 298.8만달러(ROA - 6.27%)를 기록하였고 2001년 7월 Brookline Savings Bank에 인수되었다. 1999년 9월 Nextbank는 Textron National Bank를 인수해 신용카드전업 인터넷전문은행으로 특화해 설립하고 2001년말 총예금 55,129.7만달러를 예치하는데 성공했지만 2001년중 당기순이익 - 9,095.4만달러(ROA - 11.01%)를 기록하였고 2002년 2월 FDIC에 의해 부실은행으로 지정되어 퇴출되었다.

DeYoung(2002)의 가설은 다음과 같다. 신설 인터넷전문은행의 사업

---

G & L Bank(Pensacola, FL); Lighthouse Bank(Waltham, MA); NetBank(Alpharetta, CA); Nexity Bank(Birmingham, AL); Principal Bank(Des Moines, IA); Security First Network Bank(Atlanta, GA); The Bancorp.com Bank(Wilmington, DE); Virtual Bank.

성과는 크게 일반적인 경험축적(*general experience effects*), 일반적인 규모성장(*general scale effects*), 기술기반 경험축적(*technology-based experience effects*), 기술기반 규모성장(*technology-based scale effects*)에 의해 결정될 수 있다. 다만 일반적인 경험축적이나 일반적인 규모성장 효과는 인터넷전문은행이나 (인터넷뱅킹을 도입하지 않은) 전통은행 모두에게 나타날 수 있는 반면에, 기술기반 경험축적이나 기술기반 규모성장은 인터넷전문은행에서 (또는 인터넷뱅킹을 도입한 은행에서) 나타날 수 있다. 그렇기 때문에 신설 전통은행과 비교해 기술기반 경험축적과 기술기반 규모성장 효과가 인터넷전문은행 수익성에 유의하게 영향을 미친다면 인터넷전문은행은 안정적인 사업성과를 실현할 수 있다고 보았다.

실증분석 결과, 분석대상 기간인 1997~2001년중 신설 인터넷전문은행의 성과는 평균적으로 신설 전통은행보다 낮게 나타났다. 다만 동태적으로 살펴보면, 일부 인터넷전문은행의 경우 어느 정도 고객기반을 확보하면 전통은행보다 수익성이 빠르게 호전되는 것으로 나타났다. 따라서 인터넷전문은행이 비용우위에 있고 대면 접근 제약을 개선하였더라도 평균적으로 전통은행보다 좋은 사업성과를 내지 못할 수 있으며, 기술기반 경험축적과 기술기반 규모성장의 효과는 인터넷전문은행이 점차적으로 고객기반을 확보하면서 전통은행과 비교해 두드러지게 나타날 수 있음을 시사한다.

한편 당시 미국 전통은행의 인터넷뱅킹 도입수준을 감안할 경우 기술기반 효과는 지속가능하지 않을 수 있다. 만약 미국도 당시 모든 은행이 국내 수준과 같이 인터넷뱅킹을 도입한 상태라면 기술기반 효과는 인터넷뱅킹을 도입한 전통은행에서도 동일하게 나타날 수 있기 때문이다. 참고로 DeYoung(2002)은 2001년말 기준 미국 국법은행 전체의 약 49.7%가 인터넷뱅킹을 도입한 상태라고 보고한다. 분석대상 12개 중 2014년말 현재 정상 영업중인 인터넷전문은행은 4개에 불과하다는 점도

이를 뒷받침해준다. 따라서 인터넷전문은행의 수익성에 미치는 기술기반 효과는 전통은행이 제공하는 인터넷뱅킹의 발전 정도에 따라 약화될 수 있으며 비대면으로 은행서비스를 제공하는 것 자체가 은행서비스 차별화를 의미하지 않을 수 있다.

DeYoung(2001; 2002; 2005)은 명확하게 제시하지 않았지만 기술기반 보다는 고객기반이 인터넷전문은행의 사업성과에 더 큰 영향을 미칠 수 있음을 보여준다. 고객기반이 확보됨에 따라 기술기반 효과가 두드러지게 나타나는 것도 인터넷전문은행의 특성상 비대면 은행서비스의 공급 규모가 확대될수록 비용절감 효과가 커질 수 있기 때문이다. 따라서 고객기반 보유여부는 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인 중에 하나로 볼 수 있다.

## 2) Delgado *et al.*(2007)

Delgado *et al.*(2007)은 설립초기 인터넷전문은행이 많은 비이자영업 비용을 지출하기 때문에 수익성이 전통은행보다 낮을 수 있다고 보았다. 그렇기 때문에 인터넷전문은행이 어느 정도 규모의 경제를 달성하고 비이자영업비용을 적게 지출할수록 이후에는 안정적인 수익을 낼 수 있을 것으로 예상했다.

이를 검증하기 위해 Delgado *et al.*(2007)는 분석대상 기간 중 유럽지역 신설 인터넷전문은행 13개, 소규모 전통은행 290개, 신설 전통은행 45개의 수익성과를 비교하였다.<sup>2)</sup> 분석대상에 포함된 신설 인터넷전문은행

2) Delgado *et al.*(2007)의 분석대상 인터넷전문은행은 다음과 같다: Activobank SA(Spain); Allgemeine D. Direktbank(Germany); Banque Covefi(France); Basisbank(Denmark); Consors Discount Broker(Germany); Egg Banking Plc(UK); Entrium Direck Bankers AG(Germany); HSB Bank AB(Sweden); Lansforsakringar Bank AB(Sweden); Patagon Internet Bank SA(Spain); SkandiaBanken AS(Denmark); Uno-e Bank(Spain). 참고로 유럽중앙은행

13개를 국가별로 살펴보면, 독일 소재 4개, 스페인 소재 3개, 스웨덴 소재 2개, 덴마크 소재 2개, 영국 소재 1개, 프랑스 소재 1개이다. 이들은 전통은행과 다르게 비대면 채널에 의존하는 것을 제외하고 전통은행과 동일하게 예대업무를 주목적으로 영업하는 것으로 알려졌다. 또한 이들 대부분은 분석대상 기간 중 평균적으로 적자를 기록하였으며, 그 중 절반 정도가 2001년중에 흑자로 전환한 것으로 보고된다. 한편 3년 이상 경과한 인터넷전문은행이더라도 수익성 및 효율성이 전통은행보다 낮은 것으로 나타났다.

Delgado *et al.*(2007)의 실증분석 결과는 대체적으로 DeYoung(2001; 2002)과 유사하다. Delgado *et al.*(2007)의 결과는 DeYoung(2001; 2002)과 달리 인터넷전문은행의 기술기반 경험축적 효과가 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 대신에 기술기반 규모성장이 인터넷전문은행 수익성에 미치는 효과가 DeYoung(2001; 2002)이 제시한 것보다 더 클 수 있음을 보였다. 이러한 결과는 인터넷전문은행의 성공여부가 기술기반 경험축적보다는 비대면 채널을 통해 확보한 고객기반에 의해 더 크게 영향받을 수 있음을 재확인해준다. 자산규모가 커지고 비이자영업비용이 유의적으로 감소하면서 인터넷전문은행의 수익성이 개선되는 것으로 나타났기 때문이다.

한편 신설 인터넷전문은행이나 전통은행 모두 뚜렷하게 일반적인 경험축적 효과를 보이지 못하는 것으로 나타났으나, 신설 전통은행이 인터넷전문은행보다는 원활하게 대출을 실행하는 것으로 나타났다. 고객기반이 튼튼하지 못한 인터넷전문은행의 경우 예금 수신은 높은 금리로 쉽게 끌어올 수 있어도 이를 낮은 금리로 대출하기는 어려울 수 있다는 점을 보여주고 있다.

---

(European Central Bank, ECB)의 2002년 비공식 설문조사에 따르면 유럽지역에는 인터넷전문은행 35개가 영업 중인 것으로 조사되었다.

### 3) Arnaboldi & Claeys(2008)

Arnaboldi & Claeys(2008)은 유럽의 금융그룹이 인터넷전문은행을 자회사로 신설하거나 인수하는 이유를 살펴보기 위해 1995~2004년중 유럽 금융그룹의 인터넷전문은행 자회사와 전통은행(금융지주회사의 전통은행 자회사 포함) 인터넷뱅크의 사업성과를 비교분석하였다. 분석대상은 핀란드, 이태리, 스페인, 영국의 금융그룹 내 인터넷전문은행 자회사 15개와 독립된 전통은행 또는 은행그룹 34개이다.<sup>3)</sup> 참고로 이들 은행은 2004년말 기준 각 국가 은행산업의 약 70% 이상의 시장점유율을 차지하는 것으로 나타났다.

유럽의 경우 2008년 현재 독립적인 인터넷전문은행은 드물고 대부분이 은행지주회사 또는 보험지주회사의 자회사인 것으로 나타났다. 이는 1990년 후반에 설립된 인터넷전문은행들이 지속적인 경영악화를 겪으면서 금융그룹에 매각된 경우가 많았기 때문이다. 이러한 배경 때문에 유럽에서는 금융그룹이 어떠한 전략적 이유로 인터넷전문은행을 자회사로 편입하는지를 알고자 하였다. 만약 인터넷전문은행의 사업성과가 불안정적이라면 전통은행을 자회사로 편입하는 것이 유리할 수 있기 때문이다.

실증분석 결과, 금융그룹의 인터넷전문은행 수익성은 인터넷뱅크를 도입한 전통은행과 비교해 크게 나쁘지 않은 것으로 나타났다. 오히려 각 국가의 경제전반 또는 은행산업의 상황에 따라 그 성과가 좌우되는 경향이 높은 것으로 나타났다. 만약 은행의 수익성이 경제전반 또는 은행산업의 상황에 크게 영향을 받는다면, 금융그룹은 인터넷전문은행을

3) Arnaboldi & Claeys(2008)의 분석대상 인터넷전문은행은 다음과 같다: [Spain] Banco de Europa(Caixa Catalunya), Uno e-bank(BBVA), Open Bank(BSCH); [Finland] Luottokunta(Nordea); [Italy] Xelion(Unicredit), Banca 121(MIPS), Fineco(Capitalia), Banca Akros & IW Bank(BPU), Webank(BPM), Rasbank(Gruppo Ras); [UK] Capital Bank(HBOS), Smile(Cooperative), Coutts(RBS), Egg(Prudential), Standard Life(Standard Life).

자회사로 편입시키는 것을 선호할 수 있다. 인터넷전문은행이 경제전반 또는 은행산업의 상황에 따라 상대적으로 인터넷뱅킹을 도입한 전통은행보다 유연하게 대응할 수 있기 때문이다. 이 때문에 금융그룹은 두 사업모델의 수익성에 큰 차이가 나지 않는다면 그룹 전체의 리스크관리 차원에서 인터넷뱅킹을 도입한 전통은행보다 인터넷전문은행을 자회사로 편입하는 것으로 선호할 수 있다.

Arnaboldi & Claey(2008)의 분석결과는 인터넷전문은행이나 인터넷뱅킹을 도입한 전통은행이 제공하는 은행서비스가 본질적으로 동일하다는 전제하에 얻어진 것이다. 또한 국내와 같이 오버뱅킹 문제가 분석대상 국가에 존재하는지에 대하여도 언급하지 않았다. 그럼에도 불구하고 Arnaboldi & Claey(2008)의 분석결과대로 인터넷뱅킹을 제공하는 전통은행보다 인터넷전문은행이 더 효율적이라면 인터넷전문은행 신규진입으로 비대면 은행서비스가 이전보다 확대될 경우 대면 중심의 은행서비스가 과다하게 공급되어 발생하는 오버뱅킹 문제가 일차적으로 해소될 수 있음을 시사한다.

#### 4) Sullivan & Wang(2013)

Sullivan & Wang(2013)은 인터넷뱅킹 도입이 미국 전통은행의 생산성에 어떤 영향을 주었는지를 살펴보기 위해 2003~2007년중 주법은행(in-state bank)을 대상으로 실증분석을 실시하였다. 주법은행은 단일 주(state) 안에서 은행업을 영위하는 상업은행을 지칭한다.

분석대상 은행을 자산규모별로 살펴보면, 대형 은행일수록 인터넷뱅킹 도입 비율이 소형 은행보다 월등히 높은 것으로 나타난다. 2003년말 기준 총예금이 3억달러 이상의 주법은행의 경우 90.5%가 인터넷뱅킹을 도입한 반면에 동년말 기준 총예금이 2,500만달러 이하의 주법은행의 경우 10.5%가 인터넷뱅킹을 도입하였다. 2007년말 기준으로 볼 경우에도

그 격차는 줄어들고 있지만 여전히 60% 포인트 내외를 유지하고 있다. 이러한 사실은 점포망이 좁은 소형 은행이 영업범위 확대를 위해 인터넷뱅킹을 도입할 경제적 유인이 대형 은행보다 높을 것이라는 일반적 인식과 상반됨을 시사한다.

실증분석 결과, 대형 은행일수록 인터넷뱅킹을 더 일찍 도입하는 경향이 높으며 이에 따라 총수신 규모가 더 증가하고 결과적으로 대형 은행은 더 커지고 소형 은행은 더 작아지는 것으로 나타났다. 이는 대형 은행이 전략적으로 소형 은행보다 먼저 인터넷뱅킹을 도입함으로써 소형 은행과의 경쟁을 사전에 차단하면서 시장점유율을 확대하고자 했기 때문이다. 또한 Wang(2007)이 지적한 것처럼 인터넷뱅킹이 기존 점포망의 대체재가 아니라 보완재 역할을 한다는 점을 고려할 경우 기존 고객 기반이 넓은 은행일수록 인터넷뱅킹을 통해 규모의 경제를 더 쉽게 실현할 수 있다고 기대하기 때문이다.

고객기반이 약한 은행이 인터넷뱅킹을 도입한 경우 신규 고객을 유치하기 위해 더 많은 비용을 지불해야 하기 때문에 규모가 증가하더라도 비용절감 효과는 크지 않을 수 있다. 반면에 고객기반이 강한 은행이 인터넷뱅킹을 도입한 경우 기존 고객의 은행서비스에 대한 수요를 인터넷뱅킹을 통해 흡수할 수 있기 때문에 인터넷뱅킹으로 규모 증가와 비용 절감을 동시에 달성할 수 있고 규모의 경제도 더 큰 폭으로 실현할 수 있다.

인터넷전문은행의 경우에도 마찬가지일 수 있다. 기존 고객기반을 보유한 설립자가 인터넷전문은행을 설립할 경우 기존 고객기반의 은행서비스 수요를 쉽게 흡수할 수 있지만 그렇지 않을 경우 설립초기부터 고객기반을 확보하기 위해 과도한 영업비용을 지출하고 기존 은행과 금리 경쟁을 해야 할 수 있다. 이처럼 인터넷전문은행의 사업성과도 기존 고객기반 여부에 크게 좌우될 수 있음을 시사한다.

## 다. 소론

기존문헌을 검토한 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다. 첫째, 고객 기반 보유여부는 인터넷전문은행의 중요한 사업성과 결정요인중 하나로 제시된다. DeYoung(2001; 2002; 2005)은 기술기반보다는 고객기반이 인터넷전문은행의 사업성과에 더 큰 영향을 미칠 수 있음을 보였고, Delgado *et al.*(2007)은 DeYoung(2001; 2002; 2005)의 분석결과를 재확인 하였으며, Sullivan & Wang(2013)은 인터넷뱅킹처럼 인터넷전문은행의 사업성과도 고객기반 보유여부에 의해 좌우될 수 있음을 시사하였다. 둘째, 기존 고객기반이 없는 인터넷전문은행일수록 설립초기 고객기반 확보를 위해 과도한 영업비용을 지출하거나 기존 은행과 과도한 금리경쟁을 할 것으로 예상된다. 이는 고객기반 보유여부가 인터넷전문은행의 영업전략과 사업모델 선택에 영향을 줄 수 있음을 시사한다. 셋째, 과도한 은행서비스가 대면으로 제공되어 발생하는 오버뱅크 문제는 인터넷전문은행의 신규진입으로 해소될 수 있다. Arnaboldi & Claey(2008)은 전통은행과 인터넷전문은행의 사업성과에 큰 차이가 없다면 비대면으로 은행서비스를 제공하는 것이 더 효율적이라고 보았다. 이 때문에 인터넷전문은행이 신설되면 상대적으로 비효율적인 기존 은행의 대면 중심의 업무방식이 상당부분 개선될 것으로 기대할 수 있다.

다만 기존문헌은 전통은행을 인터넷전문은행의 비교대상으로 삼으면서 인터넷전문은행간 사업성과 결정요인이 다르고 이에 따라 사업성과의 차이가 발생할 수 있음을 고려하지 않았다. 또한 기존문헌은 인터넷전문은행이 전통은행과 본질적으로 동일한 은행서비스를 제공하고 모든 인터넷전문은행이 기존 고객기반 없이 설립되었으며 설립초기 고객기반을 확보하기 위해 과도한 영업비용을 지출하거나 금리경쟁을 할 것으로 가정하였다. 이 때문에 기존문헌은 은행서비스의 차별화가 인터넷전문

은행의 사업성과에 중요한 영향을 미칠 수 있음을 고려하지 않았다.

이와 달리 본 연구는 인터넷전문은행간 사업성과 결정요인이 다를 수 있고 이에 따라 은행서비스의 차별화가 나타날 수 있으며 인터넷전문은행의 사업성과도 달라질 수 있는지를 살펴보았다.

## 2. 사업성과 결정요인

본 절에서는 기존문헌 검토결과를 토대로 신설 인터넷전문은행의 비교우위를 분석하고 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인을 제시한다.

### 가. 비교우위 분석

#### 1) 고정비용

기존 은행의 인터넷뱅킹이 잘 발달된 경우라도 인터넷전문은행이 고정비용 측면에서 기존 은행보다 어느 정도 우위를 차지할 것으로 예상된다. 인터넷전문은행은 점포망을 기반으로 영업하는 기존 은행과 달리 비대면으로 은행서비스를 제공하기 때문이다. 또한 기존 은행은 인터넷뱅킹을 제공하더라도 고정비용이 많이 소요되는 점포망과 인력을 유지해야 하기 때문이다. 미국의 경우 고객이 은행 지점이나 전화를 이용할 경우 건당 약 1달러의 비용이 소요되는 반면에 온라인을 이용할 경우 약 2센트가 소요되는 것으로 보고된다(Schaechter, 2002).

인터넷전문은행은 고정비용 우위를 금리조건을 유리하게 제시하거나, 영업비용 지출에 충당하여 고객의 거래비용을 낮추는데 활용할 수 있다.

예를 들면, 금리조건에 민감한 고객일수록 높은 수신금리와 낮은 여신금리를 제시하는 인터넷전문은행을 선호할 수 있다. 또는 금리조건이 동일하다면 고객은 비가격혜택을 많이 제공할 수 있는 인터넷전문은행을 선호할 것이다. 인터넷전문은행이 고정비용 우위를 고객의 거래비용을 낮추는데 활용한다면 고객의 거래 수요를 증가시킬 수 있고 이 과정에서 새로운 수익기회를 기대할 수 있다.

인터넷전문은행의 고정비용 우위는 고객기반 보유여부에 따라 인터넷전문은행의 영업전략 및 사업모델 선택에 다르게 영향을 미칠 수 있다. 예를 들면, 기존 고객기반이 없을 경우 인터넷전문은행은 고정비용 우위를 유리한 금리조건을 제시하는데 활용할 가능성이 높다. 신규고객은 다른 여타 조건보다 금리조건에 더 민감할 수 있기 때문이다. 반면에 인터넷전문은행이 기존 고객기반을 보유한 경우 기존 고객의 은행서비스 수요를 흡수하는 데 고정비용 우위를 활용할 가능성이 높다. 고객의 거래비용은 단순히 수수료를 낮추는 것뿐만 아니라 종합적인 금융서비스를 제공하는 방법으로도 낮출 수 있다.

## 2) 접근 편의성

인터넷전문은행은 고객의 접근 편의성 측면에서 기존 은행에 비해 불리할 수 있다. 대면 채널인 점포망과 비대면 채널인 인터넷뱅킹을 모두 제공하는 기존 은행과 달리 인터넷전문은행은 후자만 제공하기 때문이다. 그러나 고객의 비대면 채널에 대한 이용 비중이 증가할수록 두 유형의 은행간 고객 접근성 격차는 계속 줄어들 것으로 예상된다. 한국은행(2015)은 2014년중 인터넷뱅킹과 모바일뱅킹의 등록고객중 40대 이상이 각각 47.3%와 37.1%를 차지한다고 보고한다. 또한 향후 장년 고객층의 비대면 채널 의존도는 계속 증가할 것으로 보인다. 이처럼 비대면 채널을 선호하는 고객의 연령대가 다양해질수록 두 유형의 은행이 제공하는

고객의 접근 편의성의 격차는 좁혀질 것으로 예상된다. 따라서 향후 비대면 은행거래가 활성화될수록 고객의 접근 편의성 자체가 인터넷전문은행의 장점이나 단점으로 작용하지 않을 것으로 보인다.

인터넷전문은행의 접근 편의성은 비대면 은행서비스의 거래절차와 거래조건에 의해 더 좌우될 수 있다. 인터넷전문은행 또는 기존 은행의 인터넷뱅킹의 접근 편의성은 고객의 입장에서 은행서비스의 거래절차와 거래조건을 얼마나 간소하고 단순하게 구현하느냐에 따라 결정될 수 있기 때문이다. 참고로 본 연구는 향후 고객이 비대면 은행서비스를 이용하는데 불편함이 없다고 가정한다. 인터넷전문은행이나 기존 은행의 인터넷뱅킹이 비대면 은행서비스를 고객에게 효과적으로 제공할 수 없는 환경에서 인터넷전문은행이 안정적인 사업성과를 실현할 수 있는 결정요인이 무엇인지를 살펴보는 것은 무의미할 수 있기 때문이다.

### 3) 고객기반 특성

고객기반의 특성도 인터넷전문은행의 비교우위를 결정하는 중요한 요인으로 작용할 수 있다. 주요 고객층의 특성에 따라 고객의 은행서비스에 대한 가격탄력성과 인터넷전문은행이 제공할 수 있는 은행서비스의 유형이 달라질 수 있기 때문이다.

예를 들면, 인터넷전문은행이 금리에 민감하지 않은 고객기반을 보유한 경우 기존 은행보다 높은 여신금리로 대출을 실행할 수 있다. 이 때문에 기존 은행보다 높은 수신금리를 제시하더라도 수익성 측면에서 지속가능할 수 있다. 또한 인터넷전문은행이 투자성향이 높은 고객을 보유한 경우 높은 수신금리를 제공하지 않더라도 고객의 은행서비스 수요를 쉽게 흡수할 수 있다. 투자성향이 높은 고객은 수익성보다는 유동성 차원에서 은행을 이용하는 성향이 상대적으로 높을 수 있기 때문이다. 이 때문에 투자고객 입장에서 투자와 예금을 한 은행에서 관리하는 것을

선호할 수 있다. 따라서 인터넷전문은행이 어떤 고객기반을 보유하고 있느냐에 따라 은행서비스 차별화도 가능하고 사업성과에 미치는 영향도 달라질 수 있을 것으로 예상된다.

### 나. 사업성과 결정요인

본 연구는 기존문헌 검토 및 비교우위 분석 결과를 토대로 인터넷전문은행 사업성과의 결정요인을 기존 고객기반 보유여부 및 특성, 기존 금융서비스 유형, 새로운 금융서비스 유형으로 구분한다. 기존 고객기반 보유여부는 앞서 살펴본 바와 같이 인터넷전문은행이 설립초기 영업전략을 선택하는 데 상당한 영향을 미칠 수 있다. 다양한 리스크 특성을 가진 경제활동인구 대부분이 은행을 이용한다고 가정할 경우 어떤 고객기반을 대상으로 은행서비스를 제공하느냐에 따라 은행서비스의 차별성이 결정될 수 있기 때문이다. 기존 금융서비스 및 신규 금융서비스의 유형도 중요한 사업성과 결정요인이 될 수 있다. 인터넷전문은행이 기존 금융서비스를 제공하는 경우 이들 고객의 은행서비스 수요를 상대적으로 용이하게 흡수할 수 있고 종합적인 금융서비스 제공을 통해 범위의 경제를 기존 은행보다 효과적으로 실현할 수 있기 때문이다.

그런데 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인은 직접적으로 관측하기 어렵다. 고객기반 보유여부는 인터넷전문은행의 자산규모 또는 수신규모로 측정할 수 있다. 그러나 기존 고객기반의 특성, 기존 금융서비스의 유형, 새로운 금융서비스의 유형은 직접적으로 관측하기 어렵다. 이 문제를 해결하기 위해 본 연구는 설립자 유형에 따라 사업성과 결정요인이 다를 수 있다고 판단하고 설립자 유형을 별도의 사업성과 결정요인으로 인식한다. 참고로 설립자 유형이 동일하더라도 주요 고객층의 특성과 기존 금융서비스의 유형이 다를 수 있고 영업전략 선택에 따라 신규 금융서비스의 유형도

달라질 수 있다.

인터넷전문은행의 사업성과는 각 설립자 유형별 주어진 조건과 선택할 수 있는 조건에 따라 달라질 수 있다. <표 II-1>은 설립자 유형별로 사업성과 결정요인이 다를 수 있음을 보여준다. 설립자 유형은 향후 국내 인터넷전문은행의 설립가능성을 고려하여 시중은행, 지방은행, 은행지주, 금융투자회사, 보험회사, 신용카드사, 할부금융사, 자동차회사, 유통회사, IT포털 또는 통신사 등으로 구분하였다. 미국사례 분석을 고려하여 할부금융사 및 자동차회사도 설립자 유형에 포함시켰다. 참고로 국내의 경우 은산분리 규제로 대기업이 지배하고 있는 할부금융사 또는 자동차회사가 인터넷전문은행을 설립할 가능성은 낮다.

<표 II-1> 설립자 유형별 사업성과 결정요인 차이

인가	설립자	고객특성	금융서비스		설립유인
			기존	신규	
분사	시중은행	-	은행	-	경쟁심화 대응
전환	지방은행	은행이용자	은행	-	고객기반 확대
	은행지주	-	은행	-	경쟁심화 대응
신규	금융투자회사	투자자	금융투자 <sup>1)</sup>	예금 현금자산관리 지급결제	금융편의성 제고
	보험회사	보험가입자	보험 <sup>2)</sup> /대출	지급결제	조달비용 절감
	신용카드사	카드이용자	대출	예금	
	할부금융사	할부이용자			
	자동차회사	대리점/고객	-	예금/대출	금융서비스 제공
	유통회사	납품사/고객	-		
	IT포털·통신	정보이용자 <sup>3)</sup>	-		

주 : 1) 증권 매매중개, 선물·옵션 거래, 수익증권, 뮤추얼펀드, 파생결합상품, CMA, 랩어카운트, 퇴직연금, 개인연금 등  
 2) 생명보험, 손해보험, 저축성보험, 퇴직연금, 개인연금 등  
 3) IT포털 가입한 자 또는 유무선 통신 가입자

앞서 제시한 네 가지 사업결정 결정요인은 상호작용하면서 인터넷전문은행의 설립유인에도 영향을 미칠 수 있다. 기존 은행업을 영위하고 있는 은행, 은행지주, 지방은행의 경우 인터넷전문은행 신규진입으로 경쟁이 심화될 것에 대응하기 위해 또는 지방은행처럼 고객기반을 확대하기 위해 인터넷전문은행을 설립할 수 있다. 금융투자회사나 보험회사는 기존 고객에게 은행서비스를 제공할 목적으로 인터넷전문은행을 설립할 유인이 높은 것으로 알려져 있다. 신용카드사, 할부금융사 등 여신전문회사도 자금조달비용을 절감하고 대출 확대를 위해 인터넷전문은행을 설립할 수 있다. 대량 수신을 통해 자금을 조달할 경우 이전보다 저렴한 금리로 대출규모를 확대할 수 있기 때문이다. 자동차회사 또는 유통회사도 인터넷전문은행을 설립할 유인을 갖는다. 이들 회사는 할부금융 확대를 통해 매출 확대를 기대할 수 있다. IT포털 또는 통신사도 인터넷전문은행을 설립할 수 있다. 최근 스마트기술이 급발전하면서 IT포털 또는 통신사는 사회, 문화, 경제, 금융 등 여러 방면으로 사업영역을 확대하고 있다는 추세이다.

### 3. 신규진입 예상효과

본 절에서는 인터넷전문은행의 영업전략 선택에 따라 다르게 나타날 수 있는 사업모델 유형과 신규진입 예상효과를 살펴본다.

#### 가. 사업모델 유형

인터넷전문은행이 선택할 수 있는 영업전략은 주어진 사업성과 결정요인에 따라 크게 가격우위(price advantage) 전략과 서비스확대(service

extension) 전략으로 구분할 수 있다. 가격우위 전략은 말 그대로 기존 은행보다 유리한 금리 또는 수수료를 제시하는 것이다. 서비스확대 전략은 고객의 관점에서 이전보다 다양한 금융서비스를 이용할 수 있는 환경을 제공하는 것이다. 인터넷전문은행의 사업모델은 영업전략 선택에 따라 가격우위 모델, 가격우위-고객특화 모델, 금융서비스확장 모델로 분류할 수 있다.

### 1) 가격우위 사업모델

가격우위 사업모델은 기존 은행과 동일한 은행서비스를 제공하나 기존 은행보다 유리한 가격조건을 제시하는 사업모델이다. 가격우위 사업모델은 기존 고객기반 없이 설립된 인터넷전문은행이 선택할 가능성이 높은 사업모델이다. 기존 고객기반이 없는 경우 은행서비스 차별화가 어렵기 때문에 설립초기 고객기반 확보를 위해 기존 은행과 경쟁해야 한다.

예를 들면, 시중은행이 인터넷뱅킹 사업부를 분사하거나 은행지주회사가 인터넷전문은행 자회사를 설립할 경우 가격우위 사업모델을 선택할 가능성이 높을 것으로 판단된다. 시중은행이 인터넷뱅킹 사업부를 분사하는 경우 임의적으로 고객을 분할하지 않는 한 기존 은행의 고객을 활용할 수 없다. 이 때문에 설립초기 고객기반 확보를 위해 불가피하게 금리경쟁을 시도할 수밖에 없다. 은행지주회사가 별도의 인터넷전문은행 자회사를 설립하는 경우에도 마찬가지이다. 신설 인터넷전문은행 자회사도 기존 은행 자회사의 고객을 활용할 수 없기 때문이다. 은행 자회사의 일부 고객이 인터넷전문은행 자회사로 전환할 수 있으나 뚜렷한 경쟁력이 없다면 그 효과는 제한적일 수 있다.

지방은행이 은행업 인가를 인터넷전문은행으로 전환하는 경우에도 이와 유사할 것으로 보인다. 영업구역이 지역에서 전국으로 확대되면서 금리경쟁을 통해 신규 고객을 확보할 유인이 높기 때문이다. 2014년말

현재 국내 지방은행은 경남은행, 부산은행, 대구은행, 광주은행, 전북은행, 제주은행 등 6개이다. 은행법상 지방은행은 전국을 영업구역으로 하지 않는 은행을 말하며, 각 지방은행은 은행업을 인가받을 때 각 지역을 배타적인 영업구역으로 인정받는다. 다만 다른 지역에 지점 설치를 허가받은 경우 추가적인 영업구역으로 인정된다.

<표 II-2>에서 나타난 바와 같이, 2014년말 현재 각 지방은행의 지역별 지점 분포를 살펴볼 수 있다. 서울특별시에선 지방은행 6개 모두가, 인천광역시에는 부산은행과 전북은행이, 대전광역시에는 부산은행과 전북은행이, 세종특별시에선 전북은행이, 대구광역시에는 경남은행, 대구은행, 그리고 부산은행이, 부산광역시에는 경남은행, 대구은행, 부산은행, 제주은행이, 울산광역시, 경상북도, 그리고 경상남도에는 경남은행, 대구은행, 그리고 부산은행이, 광주광역시에는 광주은행과 부산은행이, 전라북도에는 광주은행과 전북은행이, 전라남도에는 광주은행이, 제주특별시에선 제주은행이 각각 지점을 설치하여 대면 영업을 실시하고 있다. 참고로 경기도, 강원도, 충청남도, 충청북도에는 1997년 외환위기 이후 은행 구조조정으로 해당 지역의 지방은행이 폐쇄되었으며, 다른 지방은행도 이 지역에 지점을 설치하지 않은 상태이다.

이들 지방은행도 시중은행과 동일하게 모두 인터넷뱅킹 서비스를 고객에게 제공하고 있기 때문에, 이들 지방은행에 직접 방문하여 은행계좌를 개설한 고객은 언제 어디서나 인터넷뱅킹 서비스를 이용할 수 있다. 한편 향후 비대면으로 은행계좌를 개설할 수 있게 되면 다른 지역의 고객이 각 지방은행을 이용하는 데 별다른 제약이 없더라도, 지방은행은 은행법상 전국을 영업구역으로 할 수 없기 때문에 지점이 설치된 지역에 한하여 비대면 은행서비스를 제공하도록 제한받을 것으로 예상된다. 참고로 2013년 7월 JB다이렉트를 출시한 전북은행의 경우도 지점이 있는 서울지역에 한하여 온라인 예금을 수신하며 지점이 있는 서울, 인천, 대전, 세종, 전북지역에 한하여 대출상품을 취급하고 있다.

<표 II-2> 지방은행의 지역별 지점 분포(2014년말)

구 분	경남 은행	광주 은행	대구 은행	부산 은행	전북 은행	제주 은행	합 계
서울특별시	3	4	3	4	14	2	30
인천광역시	-	-	-	1	5	-	6
경기도	-	-	-	-	-	-	-
강원도	-	-	-	-	-	-	-
대전광역시	-	-	-	1	7	-	8
세종특별시	-	-	-	-	1	-	1
충청남도	-	-	-	-	-	-	-
충청북도	-	-	-	-	-	-	-
대구광역시	1	-	176	1	-	-	178
부산광역시	15	-	5	218	-	1	239
울산광역시	35	-	2	12	-	-	49
경상북도	3	-	68	3	-	-	74
경상남도	104	-	2	28	-	-	134
광주광역시	-	93	-	1	-	-	94
전라북도	-	1	-	-	71	-	72
전라남도	-	47	-	-	-	-	47
제주특별도	-	-	-	-	-	34	34
합 계	161	145	256	269	98	37	966

그렇기 때문에 지방은행의 경우 고객기반을 확대할 목적으로 전국을 영업구역으로 하는 인터넷전문은행으로 은행업 인가를 전환할 유인을 갖는다. 특히 각 지방은행들이 각 지역에 국한하지 않고 다른 지역으로 지점망을 넓혀가는 추세를 감안할 경우 지방은행이 인터넷전문은행으로 전환할 타당성은 충분하다고 평가할 수 있다. 한편 지방은행의 경우 지방의 자금유통을 활성화할 수 있는 측면이 강하기 때문에 대출시장에서 차별화가 가능할 것으로 보인다. 시중은행보다 상대적으로 높은 수신금리를 제공해 대도시 및 수도권의 유흥자금을 지방에 소재한 기업 또는

가계에 상대적으로 유리한 대출금리로 자금을 중개할 수 있기 때문이다.

## 2) 가격우위-고객특화 사업모델

가격우위-고객특화 사업모델은 기존 은행과 동일한 은행서비스를 제공하나 주요 고객층을 달리하는 사업모델이다. 자금조달을 위한 수신시장에서 기존 은행과의 경쟁은 불가피할 수 있다. 반면에 자금운용을 위한 대출시장에서 기존 은행과의 경쟁은 대출고객 특화를 통해 피할 수 있다. 특히 가격우위-고객특화 사업모델을 채택한 인터넷전문은행이 특화된 고객을 대상으로 대출시장에서 경쟁우위를 보인다면 기존 은행보다 더 높은 수신금리를 제공할 수 있기 때문에 가격경쟁력 측면에서 차별성이 있다고 평가할 수 있다.

예를 들면, 카드사, 할부금융사, 자동차제조회사, IT포털·통신회사가 인터넷전문은행을 설립할 경우 가격우위-고객특화 사업모델을 선택할 가능성이 높을 것으로 판단된다. 카드사 및 할부금융사의 경우 차입, 회사채 발행 등으로 자금을 조달해 여신을 제공하기 때문에 자금조달여력에 한계가 있다. 이 때문에 인터넷전문은행을 설립해 예금을 유치하게 되면 자금조달여력을 크게 높일 수 있을 뿐만 아니라 자금조달비용도 크게 절감할 수 있다.

또한 카드사 및 할부금융사는 금리탄력성이 낮은 고객을 보유하고 있기 때문에 자금조달비용이 절약되는 만큼 이전보다 더 낮은 금리로 더 많은 대출고객을 유치할 수 있다. 이 때문에 인터넷전문은행을 설립하더라도 무리하게 신규고객을 유치할 부담도 상대적으로 적을 수 있다. 이처럼 카드사 또는 할부금융사가 기존 고객을 기반으로 중금리 대출을 제공하는 은행으로 자리잡을 경우 기존 은행이 소홀했던 중금리 대출시장이 발전하는 계기로 작용할 수 있다.

한편 카드사 또는 할부금융사가 설립한 인터넷전문은행이 기존 은행의 대출고객을 대상으로 무리하게 경쟁을 시도할 경우 이들 인터넷전문은행은 고전을 면치 못할 수도 있다. 그렇기 때문에 카드사 또는 할부금융사가 인터넷전문은행을 설립하여 기존 은행과 같이 예대업무에 치중하더라도 기존 카드사 또는 할부금융사 고객기반의 특성에 맞게 은행서비스를 제공할 수 있어야 한다. 그렇지 않을 경우 시중은행이 인터넷뱅킹 사업부문을 분사하거나 은행지주회사가 자회사를 설립하는 경우와 같이 은행산업 전반에 과도한 금리경쟁을 촉발시켜 은행산업 전반의 수익성과 건전성을 침해시킬 수 있다.

자동차제조회사도 인터넷전문은행 설립을 통해 자동차 구매고객에게 대출, 할부금융, 리스금융 등을 더 낮은 금리로 제공할 수 있을 것으로 예상된다. 자동차 판매실적은 자동차금융 공급에 의해 절대적으로 영향받기 때문이다. 국내 자동차금융시장은 할부금융사, 카드사, 은행이 경쟁하는 시장이다. 카드사는 할부금융 심사의 까다로운 절차를 대폭 간편화하면서 상대적으로 신용등급이 낮은 고객을 대상으로, 은행은 금리 경쟁력을 바탕으로 신용도가 높은 고객을 대상으로 자동차 금융을 제공하고 있다(금융감독원, 2013). 이 때문에 자동차제조회사가 할부금융사를 자회사로 보유하고 있더라도 인터넷전문은행을 통해 예금을 유치하게 되면 상대적으로 자금조달이 용이해지고 자금조달비용도 절감되기 때문에 별도의 인터넷전문은행 자회사를 설립해 이전보다 유리한 가격경쟁력을 확보할 유인을 가질 수 있다. 또한 이를 활용해 카드사처럼 편리하게 은행처럼 낮은 금리로 신용등급에 따라 적정하게 자동차금융을 제공할 경우 새로운 수익을 창출할 것으로 기대할 수 있다. 다만 자동차제조회사의 경우 은산분리 규제대상에 포함되기 때문에 인터넷전문은행을 독자적으로 설립하기는 현실적으로 어려울 것으로 보인다.

유통회사, 특히 대형 온라인쇼핑몰도 인터넷전문은행 설립을 통해

소비자의 구매력 향상 또는 납품업체의 자금조달을 지원할 수 있다. 그러나 대형 온라인쇼핑몰 고객은 여러 온라인쇼핑몰에 중복 가입한 경우가 많기 때문에 고객 충성도가 매우 낮은 편이다. 구매상품의 가격조건에 민감하게 반응하기 때문이다. 이러한 점을 고려할 경우 유통회사가 인터넷전문은행을 설립하더라도 상당한 수준의 수신금리를 제공하지 않으면 설립초기 기존 고객의 은행서비스를 흡수하기 어려울 수 있다. 다만 대출상품의 경우 대형 온라인쇼핑몰이 소매가 아닌 도매에 특화할 경우 사업모델의 경쟁력이 어느 정도 확보될 수 있을 것으로 보인다.

IT포털 또는 통신회사도 독자적으로 인터넷전문은행을 설립하거나 공동 출자방식으로 참여할 수 있다. 다만 이들 설립자 유형은 독자 진출보다는 공동 출자방식으로 인터넷전문은행을 설립할 가능성이 높다. 왜냐하면 IT포털 또는 통신회사가 여수신을 직접 관리할 여력이 충분하지 않을 수 있기 때문이다. IT포털·통신회사가 지닌 장점 중 하나가 불특정 다수의 고객에 대한 비정형 데이터를 대량 보유하고 있다는 점이다. 이를 신설 인터넷전문은행이 틈새시장을 발굴하는 데 활용할 경우 기존 은행과 차별적인 대출시장을 개척할 수 있다. 그렇게 되면 설립초기 고객기반 확보에 큰 어려움이 없을 것이고 안정적인 성장도 가능할 것으로 예상된다.

2015년말 현재 국내 최초로 인터넷전문은행 예비인가를 받은 카카오뱅크와 K-뱅크도 설립자 유형을 IT포털·통신회사로 분류할 수 있다. 또한 두 곳 모두 중금리 대출시장을 확대하는 것을 주요 사업목적으로 삼고 있기 때문에 예비인가 신청시 제시한 사업모델도 가격우위-고객특화 사업모델로 분류할 수 있다. 한편 두 곳 모두 은행, 증권, 보험 등 기존 금융회사가 주주로 참여하고 있고 이들 주주의 기존 고객기반을 활용해 은행서비스 차별화를 추진할 것으로 예상되기 때문에 금융서비스확장 사업모델을 채택한 것으로 평가할 수 있다(카카오뱅크, 2015; K-뱅크, 2015).

### 3) 금융서비스확장 사업모델

금융서비스확장 사업모델은 기존 금융서비스를 제공받는 고객기반에 새 신규로 은행서비스를 제공하는 사업모델이다. 금융서비스확장 사업모델은 다양한 금융서비스를 종합적으로 제공하여 범위의 경제를 실현하고 새로운 수익을 창출하는 사업모델이다. 금융서비스확장 사업모델을 채택한 인터넷전문은행은 기존 고객기반을 대상으로 은행서비스를 제공하더라도 기존 은행과 불가피하게 경쟁할 수 있다. 기존 고객의 은행서비스 수요를 신설 인터넷전문은행으로 전환시켜야 하기 때문이다. 예를 들면, 기존 고객에게 금융투자서비스 또는 보험서비스를 제공하고 있는 금융투자회사 또는 보험회사가 설립하는 인터넷전문은행의 경우 금융서비스확장 사업모델을 선택할 가능성이 높을 것으로 판단된다. 이들이 보유하고 있는 고객을 대상으로 차별화된 은행서비스를 제공할 경우 고객의 금융편의성이 제고될 수 있고 이에 따라 새로운 수익기회가 창출될 수 있다.

금융투자회사가 인터넷전문은행을 설립하게 되면 지금보다 기존 투자고객에게 편리한 지급결제서비스뿐만 아니라 종합적인 현금자산관리 서비스도 제공할 수 있을 것으로 예상된다. 예를 들면, 국내 투자고객의 금융자산 중 예금자산이 약 34%를 차지하는 것으로 알려져 있다(금융투자협회, 2013). 그렇기 때문에 금융투자회사 입장에서 인터넷전문은행 설립을 통해 투자고객의 금융자산 중 34%의 예금자산을 추가적으로 유치할 경우 새로운 수익기회가 생길 수 있다. 참고로 미국의 대표적인 온라인 증권회사인 Charles Schwab 금융그룹도 예대업무를 영위하기 보다는 고객에게 종합적인 현금자산관리서비스를 제공하기 위해 은행 자회사를 설립한 것으로 알려져 있다.

금융투자회사가 인터넷전문은행을 설립한다고 해서 반드시 장점만 있는 것은 아니다. 예를 들면, 금융투자회사가 투자고객에게 공격적으로 신용대출을 공급하는 경우 대출자산의 부실화 가능성이 높아질 수 있다.

이 경우 당초 기대와는 달리 가격우위 사업모델을 채택한 인터넷전문은행과 같이 과도한 금리경쟁을 촉발시킬 가능성도 존재한다. 이 때문에 금융투자회사가 독자적으로 인터넷전문은행을 설립할 수 있게 되더라도 신용대출의 대상이나 목적은 일정부분 인가조건으로 제한되어야 한다.

보험회사도 기존 보험고객의 금융편의성을 제고하기 위해 인터넷전문은행을 설립할 수 있다. 다만 국내의 경우 보험회사가 저축성 보험상품을 상당 부분 취급하고 있기 때문에 인터넷전문은행을 통해 차별적인 금융서비스를 제공하는 것은 어려울 것으로 보인다. 대신에 보험고객에게 다양한 금융선택의 기회를 제공할 수 있을 것으로 전망된다.

예를 들면, 보험고객 입장에서 보면 보험회사의 수신상품과 인터넷전문은행의 수신상품을 동시에 비교할 수 있고 편리한 지급결제서비스도 이용할 수 있을 것으로 예상된다. 또한 보험회사가 지불하는 지급결제비용도 절감시킬 수 있다. 현재 보험료 납입 대부분이 은행을 통해 이루어지고 있기 때문이다. 향후 개인연금 또는 퇴직연금을 지급하는 규모가 커질수록 보험회사의 자금이체 수요는 계속 증가할 것이기 때문에 보험회사가 인터넷전문은행 설립을 통해 자체적인 지급결제비용 부담을 상당히 절감시킬 수 있을 것으로 보인다.

이처럼 금융투자회사나 보험회사가 독자적으로 인터넷전문은행을 설립하고 금융서비스확장 사업모델을 채택할 경우 투자고객이나 보험고객의 금융편의성이 크게 신장될 수 있으며 금융투자회사나 보험회사도 범위의 경계를 효과적으로 실현할 수 있을 것으로 예상된다. 기존 은행도 차별적인 은행서비스를 제공하는 인터넷전문은행에 대응하여 은행서비스의 차별화를 시도할 수 있다. 이 경우 두 유형의 은행간 서비스경쟁은 심화될 것으로 예상된다.

**[참고] Charles Schwab 금융그룹의 고객 현금자산관리 서비스**

Charles Schwab은 투자고객의 현금자산을 크게 투자대기 현금, 일상 현금, 장기 현금으로 구분하고 각각에 적합한 현금자산관리서비스를 투자고객에게 제공하고 있다. 투자대기 현금(cash pending investment)은 자금이체의 지연 없이 금융투자상품 매수 또는 매도로 발생할 수 있는 자금으로 일시적인 유희자금을 적정하게 운용할 수 있는 금융서비스가 필요한 단기 대기성 자금이다. 일상 현금(everyday cash)은 수표, 직불카드, 청구서대금 등 결제대금 지불을 위해 상시 필요한 자금으로 원활한 지급결제를 지원할 수 있는 금융서비스가 필요한 일상적인 자금이다. 장기 현금(longer-term cash)은 1개월 이상 적금할 목적으로 저축하는 자금으로 원금보장을 받고 예금보험의 적용을 받는 금융서비스가 필요한 중장기 여유자금이다.

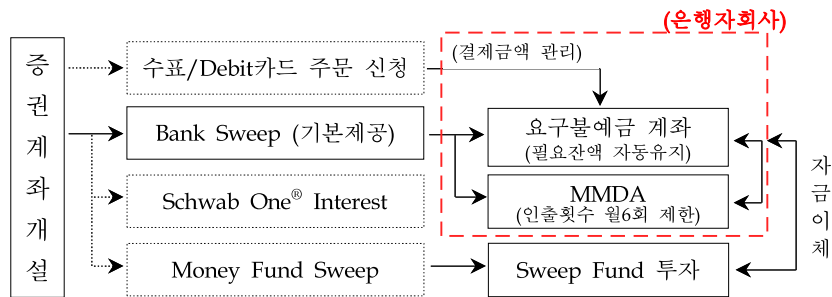
Charles Schwab은 현금자산을 종합적으로 관리할 수 있도록 투자고객에게 Cash Features를 제공한다. Cash Features는 증권계좌에 있는 투자대기 자금을 포함한 유희자금을 효율적으로 운용할 수 있는 서비스이다. 이를 위해 Bank Sweep, Schwab One® Interest, Money Fund Sweep 등 세 가지 서비스를 고객에게 제공한다.

이중 Bank Sweep이 기본 옵션으로 정해져 있다. Bank Sweep은 증권계좌에 있는 유희자금을 자동적으로 은행 계좌에 예치하는 서비스이며, 25만 달러 한도 내에서 FDIC(Federal Deposit Insurance Corporation)의 보호를 받는 예금이다. 이를 위해 고객이 증권계좌 개설시 자동으로 은행 자회사에 요구불예금계좌와 MMDA(Money Market Deposit Account)를 개설한다.

은행계좌가 은행 자회사에 자동으로 개설되더라도 이에 대한 증서(통장 등)를 고객에게 교부하지 않으며, 고객이 직접 은행계좌에 자금

이체 등을 지시할 수 없다. 이 때 고객의 요청이 있으면 수표 및 직불카드를 발급한다. 고객은 은행계좌의 잔액 및 이자수익을 증권계좌에서 확인할 수 있으며, 증권자회사가 이에 대한 책임을 갖는다. 그래서 모든 지급결제는 은행계좌가 아닌 증권계좌에서 이루어진다. 요구불예금계좌와 MMDA의 금리는 동일하게 적용하며, 은행 자회사가 정기적으로 결정하여 고객에게 통보한다.

**Charles Schwab의 투자고객 현금자산관리 서비스**

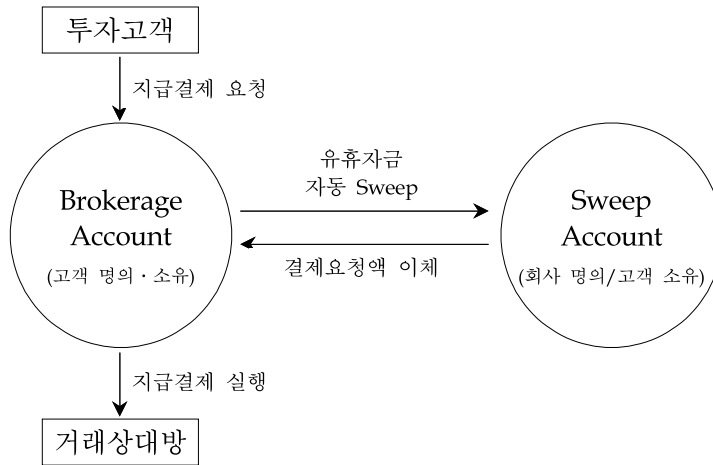


Charles Schwab은 2014년말 현재 은행 자회사인 Charles Schwab Bank에 대해서만 Bank Sweep 서비스를 제공하고 있다. 참고로 E\*Trade의 경우 고객이 Bank Sweep 서비스 신청시 다수의 은행을 선택할 수 있도록 2014년말 현재 은행 자회사인 E\*Trade Bank를 포함해 약 21개 은행 중 다수 은행을 제시하고 있다. 향후 Charles Schwab도 여러 은행에 Bank Sweep 서비스를 신청할 수 있도록 할 예정이다.

증권계좌에 유희자금이 있을 경우 고객을 대신하여 금융투자회사가 자동으로 은행계좌에 입금 처리한다. 요구불예금계좌에는 금융투자회사가 산정한 일상 현금자산 최소금액을 유지할 수 있도록 입금하고, 나머지 금액을 MMDA에 입금 처리한다. 요구불예금계좌

잔액이 일상 현금자산 최소금액보다 적을 경우 MMDA에서 요구불예금계좌로 필요 자금이 자동 이체된다. 또한 증권대금 결제, 수표 및 Debit카드 지불, 청구서대금 등 각종 지급결제를 위한 자금이 부족한 경우 은행계좌에서 예금 전체가 인출되어 증권계좌로 이체될 수 있다.

**증권계좌를 통한 지급결제 서비스 제공 흐름**



MMDA는 미국 연방준비위원회 규제에 따라 인출횟수가 월 6회로 제한받기 때문에, 필요한 경우 MMDA의 예금이 요구불예금계좌로 전액 이체될 수 있다. 연방 규제에 따라 고객이 MMDA에서 자금을 인출하기 위해서는 7일 전에 인출 명령을 통보하여야 하나, 은행 자회사의 경우 이 규제를 적용받지 않는다. 참고로 E\*Trade의 경우 다른 은행에도 Bank Sweep 서비스를 신청할 수 있기 때문에 동 규제를 적용받는다.

Schwab One® Interest는 증권계좌에 있는 유휴자금에 일정 수준의

이자를 지급하는 서비스로, 25만 달러 한도 내에서 SIPC (Securities Investor Protection Corporation)의 보호를 받는다. 고객이 이 계좌를 통해 이자지급을 받기 위해서는 유가증권 투자 목적의 유희자금을 증권계좌에 유지해야 한다. 일일 이자수익 계산액이 0.5센트 미만이면 당일 이자수익은 지급되지 않으며, 매월 이자수익은 매월 말일 전 또 당일에 증권계좌로 통지된다.

Money Fund Sweep은 증권계좌에 있는 유희자금을 자동적으로 MMF에 투자하고 회수할 수 있는 서비스로 SPIC의 보호대상이 되는 증권으로 간주되며 증권계좌의 잔액이 50만 달러 이상인 경우에만 신청할 수 있다. 고객은 여러 Sweep 펀드 중에서 하나를 선택할 수 있으며, 일부의 경우 일정의 최소잔액을 요구할 수 있다. 일일 배당수익 평가액이 0.5센트 미만이면 당일 배당수익은 지급되지 않으며, 배당기간 중 하루라도 배당수익 평가액이 1센트 미만이어도 동 기간 중 배당수익은 지급되지 않는다.

투자고객이 Cash Features를 이용하면서 은행계좌에 직접 거래를 지시하길 원하는 경우에는 증권계좌와 연계된 Schwab Bank High Yield Investor Checking® 계좌를 개설할 수 있다. 이 경우 수표 및 직불카드가 자동적으로 신청되어 발급되며, Schwab Bill 서비스에도 고객이 원하지 않을 경우를 제외하고 자동적으로 가입된다. 참고로 고객이 Schwab Bank High Yield Investor Checking® 계좌를 보유한 경우 기존 직불카드를 연결해 현금인출카드로 사용할 수 있다.

참고로 Charles Schwab Bank는 은행고객과 투자고객을 별도로 구분하지 않고 고객에게 증권계좌로 기본적으로 개설하도록 권유하고 현금 자산관리에 대한 수요에 맞는 Cash Features를 선택하도록 자문한다. 따라서 고객이 Charles Schwab Bank에서 은행계좌를 직접 개설하는 경우는 드물다.

### 나. 신규진입 효과

신설 인터넷전문은행이 어떤 사업모델을 채택하느냐에 따라 은행산업 또는 금융산업 전체에 미치는 영향도 달라질 수 있다. <표 II-3>은 신설 인터넷전문은행이 선택한 사업모델중 어떤 사업모델이 지배적이냐에 따라 금융소비자 편의성, 은행산업의 경쟁도와 효율성, 금융 전반의 안정성 등에 미치는 영향이 다르게 나타날 수 있음을 요약하고 있다.

**<표 II-3> 인터넷전문은행 사업모델별 신규진입 효과**

사업모델	편의성	경쟁도	효율성	안정성
가격우위	-	↑↑	↕	↕
가격우위-고객특화	↑↑	↑	↑	↑
금융서비스확장	↑↑	↑	↑↑	↑↑

가격우위 모델이 지배적일 경우 고객 측면에서 인터넷전문은행이 제공하는 금융편의성은 크게 개선되지 않을 것으로 전망된다. 은행산업 내 유효경쟁 심화로 수신금리는 올라가고 여신금리는 낮아질 가능성이 높지만, 금리인하로 역선택의 문제가 커질 수 있기 때문에 신용도가 낮은 고객의 은행 접근성은 이전보다 악화될 수 있다. 반면에 가격경쟁이 수수료 인하로 나타날 경우 고객의 금융편의성은 부분적으로 높아질 수 있다. 수수료 인하 효과도 모든 고객에게 동일하게 나타나지 않을 수 있기 때문이다.

기존 은행은 신설 인터넷전문은행의 공격적인 금리경쟁에 효과적으로 대응하기 위해 업무방식을 대면 중심에서 비대면 중심으로 전환할 것으로 예상된다. 이로 인해 대면 중심의 은행서비스가 비대면

중심으로 전환될 것으로 예상된다. 한편 은행산업내 유효경쟁이 과도한 금리경쟁으로 변질될 경우 은행산업 전반의 건전성과 금융 전반의 안정성은 크게 저해될 가능성이 높다. 구분성·한재준(2007)도 국내의 경우 은행산업의 경쟁도가 높아질수록 예대마진과 수수료수익이 낮아진다고 보고한다.

가격우위-고객특화 모델이 지배적일 경우 신용등급이 낮은 고객의 은행 접근성이 크게 제고될 것으로 보인다. 예를 들면, 기존 은행에서 대출을 받지 못한 고객의 경우 가격우위-고객특화 모델을 채택한 인터넷전문은행을 통해 이전보다 낮은 금리로 대출을 받을 수 있다. 또한 이들 인터넷전문은행의 경우 금리탄력성이 낮은 고객을 대상으로 대출을 취급할 수 있기 때문에 무리한 대출금리 경쟁을 유발시킬 유인도 낮을 것으로 판단된다. 오히려 이들 인터넷전문은행의 경우 기존 은행보다 높은 수신금리를 제공할 여력을 갖고 있기 때문에 무리한 수신금리 경쟁을 하지 않아도 된다.

기존 은행은 가격우위-고객특화 모델을 채택한 인터넷전문은행보다 높은 수신금리를 제시하기 어려울 수 있다. 이 때문에 예금고객의 이탈 현상이 기존 은행을 중심으로 나타날 수 있으며 기존 은행의 수신금리를 인상시키는 압력을 작용할 것으로 예상된다. 그럼에도 불구하고 가격우위-고객특화 모델이 지배적일 경우 과도한 금리경쟁은 제한적일 것으로 예상된다. 신설 인터넷전문은행이 기존 은행의 고객층과 구분된 고객층을 대상으로 대출상품을 취급할 경우 대출금리 경쟁은 제한적일 수 있고 기존 은행도 높은 수신금리를 제시할 여력이 크지 않을 것이기 때문이다. 이처럼 가격우위-고객특화 모델이 지배적일 경우 금리경쟁은 은행산업 내 유효경쟁을 촉진시키는 범위 내에서 발생할 것이며 금융산업 전체의 안정성에 미치는 영향도 크지 않을 것으로 예상된다.

금융서비스확장 모델이 지배적일 경우 고객이 선택할 수 있는

금융서비스의 범위가 크게 확장될 것으로 예상된다. 기존에 은행만 이용했던 고객이 동시에 투자서비스 또는 보험서비스를 이용할 수 있는 기회가 확대될 수 있기 때문이다. 또한 투자고객 또는 보험고객에 대한 지급결제서비스의 질이 크게 향상될 수 있는 계기가 마련될 것으로 예상된다. 금융투자회사 또는 보험회사가 인터넷전문은행 자회사를 통해 고객에게 더 편리한 방식으로 지급결제서비스를 제공할 수 있기 때문이다.

결과적으로 은행산업 내 유효경쟁이 금리경쟁이 아닌 서비스경쟁으로 발전할 것으로 예상된다. 이 경우 동질적인 은행서비스가 과다하게 공급되어 발생하는 오버뱅킹의 문제도 자연스럽게 해결될 수 있으며 은행산업의 효율성도 높아질 수 있을 것으로 기대된다. 또한 서비스경쟁을 통해 은행산업의 효율성이 높아질 경우 은행산업의 건전성뿐만 아니라 금융산업 전반의 안정성 제고에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다.



### III. 미국 인터넷전문은행의 사업성과 실증분석

---

1. 분석대상 및 방법
2. 설립자 유형별 사업성과 비교
3. 패널 회귀분석



### III. 미국 인터넷전문은행의 사업성과 실증분석

#### 1. 분석대상 및 방법

##### 가. 분석대상

본 연구는 국내 인터넷전문은행이 안정적인 사업성과를 실현할 수 있는 요인이 무엇인지를 살펴보기 위해 1995~2014년중 기존문헌 등에서 인터넷전문은행으로 확인되는 미국의 인터넷전문은행 38개를 대상으로 사업성과 결정요인에 따라 인터넷전문은행간 사업성과의 차이가 발생하는지를 실증적으로 분석하였다. 유럽이나 일본에서도 미국과 유사한 시기에 인터넷전문은행이 설립되었기 때문에 분석대상에 포함시킬 수 있으나 자료접근의 제약 때문에 본 연구는 미국의 인터넷전문은행으로 분석대상을 한정한다.

미국의 경우 인터넷전문은행의 법적인 실체가 일반은행과 다르지 않다고 보기 때문에 별도로 그 개념을 관련법에 정의하지 않고 있다. 다만 실무적인 구분을 위해 미국 통화감독청(Office of the Comptroller of the Currency: OCC)은 은행 예비인가서에서 인터넷전문은행을 주로 전자적 접근 채널(electronic distribution channel)을 이용해 영업하는 은행으로 정의하고 있다. 미국의 경우 인터넷전문은행을 internet-only bank, internet primary bank, click-only bank, online-only bank 등 다양한 용어로, 전통은행을 brick-and-mortar bank로, 인터넷뱅킹을 보유한 전통은행을 brick-and-click bank로 지칭한다.

미국 최초 인터넷전문은행은 Security First Network Bank로, IT회사인 Security First Network가 1995년 7월 10일 Financial Federal Savings

Bank를 인수하여 설립하였다. 이를 감안해 본 연구의 분석대상 기간을 1995년말부터 2014년말까지로 결정하였다.

본 연구는 세 단계를 거쳐 인터넷전문은행으로 확인되는 은행을 분석 대상에 포함시켰다. 첫째, 기존문헌 등에서 인터넷전문은행으로 인용된 은행을 간추렸다.<sup>4)</sup> 그 결과, 총 50개의 은행이 인터넷전문은행으로 확인되었다. 이 중에는 iGoBanking, MyCDBank, Incredible Bank 등과 같이 전통은행의 사업부 형태로 설립된 경우도 포함되어 있다. Wang(2006)에 따르면 미국의 최대 인터넷전문은행의 수는 약 40여개로 알려져 있다. 둘째, 2014년말 기준 미국 예금보험공사(Federal Deposit Insurance Corporation: FDIC)의 예수금수취금융기관 통계(Statistics on Depository Institutions: SDI)를 통해 인터넷전문은행이 독립적인 은행업 인가 보유 및 예금보험 가입 여부를 확인하였다. 이 과정을 통해 전통은행의 사업부 형태로 보이는 인터넷전문은행 등 8개와 Bank One의 자회사로 1996년 6월에 설립되었다가 2000년 9월 다시 모회사로 편입된 Wingspan Bank를 분석대상에서 제외시켰다.<sup>5)</sup> 셋째, 나머지 41개 중에서 인터넷전문은행 영위 시작일이 불분명한 USAA Federal Savings Bank, Colorado Federal Savings Bank, GE Capital Bank를 분석대상에서 제외시켰다.

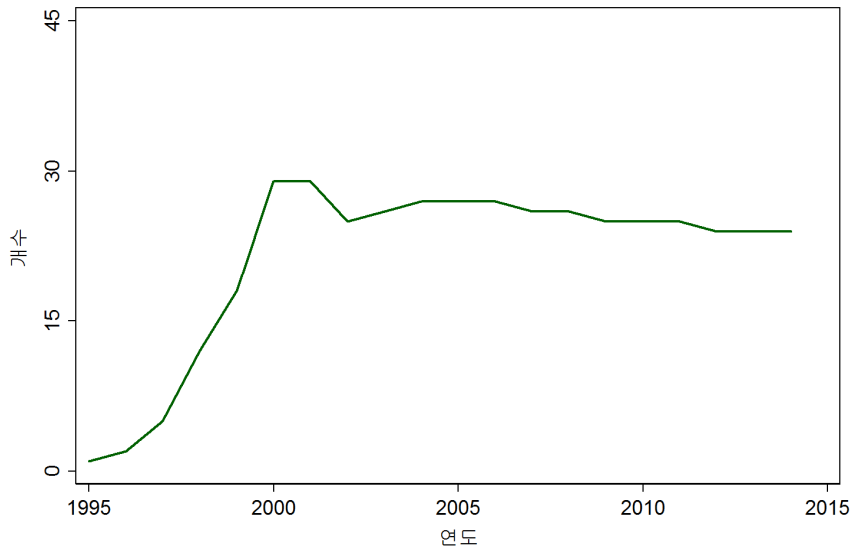
본 연구는 최종적으로 분석대상을 총 38개로 확정하였다. <그림 III-1>은 분석대상의 연도별 인터넷전문은행 개수를 나타내고 있다. 한 가지 특징적인 점은 2000년대 초까지는 인터넷전문은행이 급격히 증가하다가

4) 강서진(2014), 구본성(2008b), 금융위원회(2015c), 김기윤·서희정(2008), 김보라(2008), 김정규·권순옥(2008), 김창호(2005), 성종화·전배승(2015), 이윤석·이수진·서병호(2015), 정윤성(2006), 천대웅(2014a; 2014b), Bruene(2000; 2003), DeYoung(2001; 2002; 2005), Griffith(2011), Lavingia(2015), OCC(1999), PEW(2014), Sullivan & Wang(2013), Wang(2007)을 참고한다.

5) 나머지 8개의 은행명은 Moven, Connexus Credit Union, iGoBanking, Allian Credit Union, Bank of Connect, ParkStreet, MyCDBank, Incredible Bank이다.

이후 신규 진입이 현저히 발생하지 않았다는 점이다. 이는 전통은행이 인터넷뱅킹을 점차적으로 확대되면서 인터넷전문은행을 별도로 구분할 이유가 크지 않았기 때문일 수 있다. 참고로 FDIC의 예수금수취금융기관 통계에 따르면 미국 국법은행 중 영업지점이 1개인 은행이 2014년말 기준 약 1,050여개인 것으로 파악된다. 이는 점포망이 없는 국법은행의 수를 의미하며, 이들 모두가 인터넷전문은행인지를 확인할 수 없다는 점을 유의할 필요가 있다. 이는 비대면 금융거래가 활성화될수록 전통은행의 인터넷뱅킹과 인터넷전문은행을 실무적으로 구분하기 어려울 수 있다는 점을 시사한다.

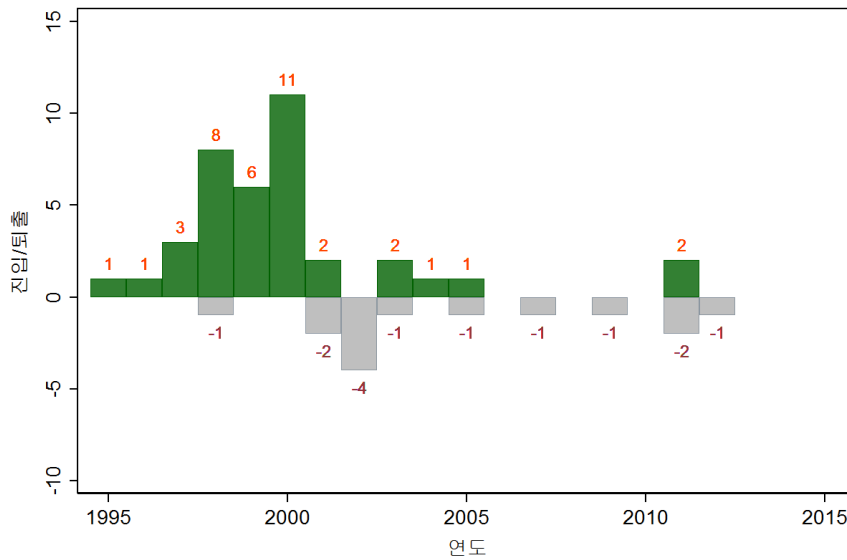
<그림 III-1> 분석대상 인터넷전문은행의 연도별 개수



분석대상 38개의 진입·퇴출을 살펴보면, 2000년 전후 미국의 닷컴붐(dot-com boom)이 한창일 때 인터넷전문은행의 진입이 활발했다. 그리고 2001년 닷컴붐이 꺼지면서, 이후 2008년 서브프라임 충격으로 미국에서

인터넷전문은행이 퇴출되는 사례가 발생하였다. 특히 최초 설립된 인터넷전문은행인 Security First Network Bank는 1998년 9월 30일 자진 폐업 방식으로 최초 퇴출된 인터넷전문은행이다. 참고로 미국에서 많은 수의 인터넷전문은행이 출현할 수 있었던 것은 지리적 면적이 크기 때문일 수 있다. 인터넷전문은행이 비대면으로 쉽게 전국을 영업구역으로 할 수 있다고 하더라도 지리적 면적이 매우 크기 때문에 영업구역이 분할될 수 있다. 한편 미국의 경우 점포망을 기반으로 영업하는 전통은행도 퇴출되는 사례가 많기 때문에 인터넷전문은행의 퇴출비율이 상대적으로 높다고 판단할 객관적 근거는 찾아볼 수 없다.

<그림 III-2> 미국 인터넷전문은행의 연도별 진입과 퇴출



2014년말 기준 정상 영업중인 인터넷전문은행은 24개이며, 분석대상 기간중 퇴출된 인터넷전문은행은 14개이다.

<표 Ⅲ-1> 분석대상 중 2014년말 기준 생존은행 현황

CERT	은행명	설립일	설립자	설립방식	주주변경
34404	Webbank	'97.05.15	은행	신규	
34422	American Bank	'97.06.02	은행	신규	
34607	First Internet Bank of Indiana	'98.12.28	은행	신규	
34775	Everbank	'98.10.01	은행	신규	
35546	Bofi Federal Bank	'00.07.04	은행	신규	'01.05.24
59060	AloStar Bank of Commerce	'11.04.15	은행	신규	
57203	Barclays Bank Delaware	'01.05.23	은행	신규	'06.05.25
35444	The Bancorp Bank	'00.07.28	은행	신규	
57086	Bridge Bank of Silicon Valley	'01.05.14	은행	신규	
30746	E*TRADE Bank	'96.03.29	금융투자	전환	'00.05.28
57450	Charles Schwab Bank	'03.04.28	금융투자	신규	
34723	TIAA-CREF Company	'98.07.20	보험	신규	
34617	State Farm Bank	'99.03.12	보험	신규	
34710	Nationwide Bank	'98.09.01	보험	신규	
34507	Principal Bank	'98.02.12	보험	신규	
5649	Discover Bank	'00.08.01	카드	전환	
35328	American Express Bank	'00.12.01	카드	신규	
22653	Green Dot Bank DBA Bonneville	'11.12.19	카드	전환	
58177	Sallie Mae Bank	'05.11.28	캐피탈	신규	
35575	CIT Bank	'00.10.20	캐피탈	신규	
57803	Ally Bank	'04.08.02	자동차	신규	'09.05.11
35141	BMW Bank of North America	'99.11.12	자동차	신규	
27314	Synchrony Bank	'03.04.03	가전	전환	'14.06.02
33497	Nordstrom fsb	'00.03.01	유통	전환	

**<표 III-2> 분석대상 중 2014년말 기준 퇴출은행 현황**

CERT	은행명	설립일	설립자	퇴출일	퇴출방식	생존연수
24465	ClarityBank.Com	'00.01.19	은행	'02.01.31	전환	1.0
22314	Nextbank	'99.09.16	은행	'02.02.07	부도	2.4
32575	NetBank	'97.08.01	은행	'07.09.28	부도	10.3
19794	Nexity Bank	'00.01.05	은행	'11.04.15	부도	11.5
34682	ebank	'98.08.17	은행	'09.08.21	부도	11.2
35356	Lydian Private Bank	'00.04.06	은행	'11.08.19	부도	11.5
35349	DeepGreen Bank	'99.07.12	은행	'05.04.29	피인수	5.9
35449	Lighthouse Bank	'00.05.22	은행	'01.07.17	피인수	1.2
35489	ING Bank	'00.08.04	보험	'12.11.01	피인수	12.4
35080	Security First Network Bank	'98.09.30	IT	'02.06.01	피인수	3.7
35263	CIBC National Bank	'99.10.19	은행	'03.09.29	자진폐업	4.0
34419	CompuBank	'98.07.06	은행	'02.06.29	자진폐업	4.0
29162	Security First Network Bank	'95.07.10	IT	'98.09.30	자진폐업	3.3
34921	G&L Bank	'99.09.20	기타	'02.06.28	자진폐업	2.8

분석대상 인터넷전문은행 38개를 설립자 유형별로 나눠보면, 은행이 19개, 금융투자회사가 2개, 보험회사가 5개, 카드사·할부금융사가 5개, 자동차·가전제조회사가 3개, IT회사가 2개, 소매·유통회사가 1개, 기타가 1개이다.

설립자 유형이 은행으로 분류된 19개 중 15개는 기존 은행과 동일한 예대업무를 주목적으로 신설되었고, 나머지 4개는 영업영역 확대를 기대하고 전통은행에서 인터넷전문으로 전환하였다. 설립자 유형이 IT로 분류된 2개는 사실상 동일한 인터넷전문은행으로 볼 수 있다. 최초 인터넷

전문은행인 Security First Network Bank(#29162)는 1998년 9월 30일 자진 폐업하였으나, 이와 동시에 동일한 은행명으로 Security First Network Bank(#35080)가 다시 신설된 것으로 보아 설립자 실체가 동일하다.<sup>6)</sup> 설립자 유형이 기타로 분류된 1개는 1999년 10월 20일 설립된 G&L Bank로 동성애자를 대상으로 은행서비스를 제공할 목적으로 설립되었다.

설립자 유형이 은행, IT, 기타로 분류된 인터넷전문은행 22개의 경우 기존 고객기반이 없거나 있더라도 비대면 접근성을 제공하는 것을 제외하고는 기존 은행과 동일한 은행서비스를 제공하였다. 이 때문에 기존 은행과 불가피하게 금리경쟁을 할 수밖에 없었던 것으로 파악된다. 당시 미국은 전통은행이 인터넷뱅킹을 도입하던 시기였기 때문에 전자적 접근 채널을 제공하는 것만으로도 기존 은행과 차별성이 있다고 보았다. 그러나 접근 채널이 대면에서 비대면으로 바뀌었을 뿐 본질적인 은행서비스는 바뀌지 않은 것으로 보인다.

나머지 16개는 설립자 유형이 금융투자회사, 보험회사, 카드사·할부금융사, 자동차·가전제조회사, 소매·유통회사로 모회사가 보유하고 있는 기존 고객기반을 대상으로 은행서비스를 제공하였다. 이들이 인터넷전문은행을 설립하는 이유 중 한 가지 공통적인 특징은 설립자 유형에 따라 기존 금융서비스를 제공하던 고객층에게 신규 은행서비스를 제공하였다는 점이다. 이 점이 설립자 유형이 은행, IT, 기타로 분류된 인터넷전문은행과 다르다.

분석대상 38개 중 신설 인터넷전문은행은 28개이며, 이중 전통은행에서 인터넷전문은행으로 전환한 은행이 10개로 파악된다. 설립자 유형이 은행이 아닌 경우 설립방식 자체가 각 설립자 유형의 사업모델 선택에 큰 영향을

6) 괄호 안의 번호는 FDIC 고유번호(Certificate Number: CERT)로 은행의 독립적인 인가 보유여부를 파악하는 데 활용되었다. 별도의 식별이 필요한 경우에 한하여 FDIC 고유번호를 은행명과 병기한다.

미치지 않은 것으로 판단된다. 이들 설립자 유형의 경우 더 쉽게 은행업을 영위할 수 있는 설립방식을 선택한 것으로 보인다(Zinski, 2000).

**<표 III-3> 미국 인터넷전문은행의 설립자 유형별 설립방식**

(단위: 개)

구분	신설	사업모델 전환	합계
은행	15	4	19
금융투자	1	1	2
보험	5	-	5
카드·할부금융	3	2	5
자동차·가전	2	1	3
소매·유통	-	1	1
IT	1	1	2
기타	1	-	1
합계	28	10	38

## 나. 분석방법

본 연구는 설립자 유형에 따라 주어진 사업성과 결정요인이 다르다면 인터넷전문은행간 사업성과도 차이가 발생할 수 있다는 가설을 검증하고자 한다. 이를 위해 본 연구는 FDIC의 예수금수취금융기관 통계(SDI)를 이용해 인터넷전문은행 38개의 1995년 4분기부터 2014년 4분기까지 분기별 불균형 패널데이터를 구축하였다. 패널데이터가 불균형인 것은 분석대상 38개 은행의 진입시점이 다르고 그 중 14개가 분석대상 기간중에 퇴출되었기 때문이다.

참고로 미국의 경우 국내와 달리 기술 진전에 따라 시장수요에 의해 자발적으로 인터넷전문은행이 설립되었다. 이 때문에 본 연구가 인터넷전문은행의 신규진입이 은행산업에 미치는 영향을 분석하는데 한계가 있다. 이를 고려하여 본 장에서는 미국 인터넷전문은행의 사업성과에 대한 실증 분석을 통해 국내 인터넷전문은행이 안정적인 사업성과를 실현할 수 있는 요인이 무엇인가에 대해 집중하기로 한다.

본 연구는 먼저 설립자 유형에 따라 사업성과 차이가 발생하는지를 살펴보기 위해 설립자 유형별 사업성과를 비교하였다. 분석대상 38개 전체를 대상으로 설립자 유형별 생존비율을 살펴보고, 퇴출사유를 추정하기 위해 설립초기 생존은행과 퇴출은행의 사업성과를 비교하였으며, 생존비율이 가장 낮은 것으로 파악된 설립자 유형이 은행으로 분류된 인터넷전문은행을 생존은행과 퇴출은행로 구분하여 사업성과를 비교하였으며, 생존은행 28개를 대상으로 설립자 유형별 사업성과를 총자산 점유율, 총예금 점유율, 예대비율, 순이자마진, 총자산이익률 측면에서 비교하였다.

이를 토대로 본 연구는 가설 검증을 위해 DeYoung(2001; 2002; 2005)을 참조하여 회귀분석모형을 세우고 확률효과 패널 회귀분석을 실시하였으며, 패널 회귀분석 결과를 통해 설립초기 설립자 유형이 사업성과에 미치는 영향과 설립자 유형별 자금운용 전략의 차이가 사업성과에 미치는 영향을 살펴보았다. 또한 본 연구는 설립초기 설립자 유형이 사업성과 미치는 영향이 지속적인지 여부와 퇴출은행의 퇴출사유도 살펴보았다. 다만 설립자 유형을 구분하여 패널 회귀분석을 실시할 경우 회귀분석의 결과로 설립자 유형별 사업성과 차이를 해석하는데 한계가 있을 수 있다. 설립자 유형에 따라 인터넷전문은행 개수가 작은 경우가 발생할 수 있기 때문이다. 본 연구는 이 점을 감안하여 회귀분석을 실시하고 그 결과를 해석하고자 하였다.

## 2. 설립자 유형별 사업성과 비교

### 가. 설립자 유형별 생존비율

분석대상 전체중 생존은행의 비율은 63.2%이고, 퇴출은행의 비율은 36.8%이다. <표 III-4>에 나타난 바와 같이 설립자 유형이 은행으로 분류된 인터넷전문은행의 생존비율은 47.4%로 상당히 낮은 수준이다. 2000년대 초 주요주주 변동 등으로 은행명이 변경된 3개를 퇴출로 간주할 경우 설립자 유형이 은행으로 분류된 인터넷전문은행의 생존비율은 31.6%로 하락한다.

<표 III-4> 미국 인터넷전문은행의 설립자 유형별 생존비율

(단위: 개, %)

구분	진입(A)	퇴출	생존(B)	비율(B/A)
은행	19	10	9	47.4
금융투자	2	-	2	100.0
보험	5	1	4	80.0
카드·할부금융	5	-	5	100.0
자동차·가전	3	-	3	100.0
소매·유통	1	-	1	100.0
IT	2	2	-	0.0
기타	1	1	-	0.0
합계	38	14	24	63.2

이와 달리 설립자 유형이 금융투자회사, 카드사·할부금융사, 자동차·가전제조회사, 소매·유통회사로 분류된 인터넷전문은행의 생존비율은 각각 100%, 보험회사로 분류된 경우 생존비율은 80%로 높은 수준이다. 다만 2008년 글로벌 금융위기 이후 GMAC Bank와 GE Capital Retail Bank의 주요주주가 변경된 점을 고려할 경우 설립자 유형이 자동차·가전제조회사로 분류된 인터넷전문은행의 생존비율이 33.3%로 하락한다.

분석대상 기간중 퇴출된 은행을 설립자 유형별로 구분하면 퇴출은행 14개 중 13개는 설립자 유형이 은행, IT회사, 기타로 분류된 인터넷전문은행이다. 나머지 1개는 설립자 유형이 보험회사로 분류된 ING Bank이다. ING Bank는 2011년말 기준 미국의 인터넷전문은행 26개 중 총자산 1위를 기록하고 있었으나, 2007년 서브프라임 모기지 사태 이후 수익성이 악화되자 2012년 11월 1일 Capital One에 매각되었다. 참고로 인터넷전문은행으로 신설된 Bridge Bank of Silicon Valley는 분석대상 기간 이후인 2015년 6월 30일 전통은행인 Western Alliance Bank에 인수되었다.

퇴출은행 14개의 생존연수는 최단 1.0년에서 최장 13.4년으로 파악된다. 전통은행으로 전환한 은행의 생존연수가 1년으로 가장 짧다. 자진 폐업한 인터넷전문은행 4개의 생존연수는 4년 미만이다. 전통은행에 피인수된 인터넷전문은행 중 3개의 생존연수는 최단 1.2년에서 5.9년이며, 나머지 1개의 생존연수는 약 12.4년이다. 부도로 퇴출된 인터넷전문은행 대부분은 Nextbank를 제외하고는 평균 생존기간이 약 11년이다. Nextbank의 생존연수는 약 2.4년으로 부도로 퇴출된 5개 중 가장 짧으며, 나머지 4개는 서브프라임 모기지로 부실화가 심화되어 퇴출되었다. 부도로 퇴출된 인터넷전문은행 대부분은 설립초기 안착하는데 성공하였지만, 2000년대 중초반 무리하게 프라임 모기지를 취급함에 따라 2007년 서브프라임모기지사태 이후 전통은행이 퇴출된 것과 동일한 이유, 즉 대출자산 부실화로 퇴출되었다.

퇴출은행의 공통점은 두 가지로 요약된다. 첫째, 이들 은행은 기존 고객기반 없이 전통은행과 동일하게 예대업무를 주목적으로 은행업을 영위한 특징을 갖는다. 둘째, 이들 은행은 설립초기 안정적으로 정착하는데 성공했다라도 무리한 영업을 추진함에 따라 2007년 서브프라임 모기지사태와 같은 금융충격에 쉽게 부실화되었다는 점이다.

<표 III-5>에 제시된 퇴출은행의 퇴출방식을 살펴보면, 전통은행 재전환 1개, 부도(failed) 5개, 피인수(acquired) 4개, 자진 폐업(closed) 4개로 파악된다. 전통은행으로 재전환된 경우 법적 퇴출은 아니지만, 분석의 일관성을 위해 퇴출로 간주하였다.

**<표 III-5> 미국 인터넷전문은행의 설립자 유형별 퇴출방식**

(단위: 개)

구분	전환	부도	인수	자진 폐업	합계
은행	1	5	2	2	10
금융투자	-	-	-	-	-
보험	-	-	1	-	1
카드·할부금융	-	-	-	-	-
자동차·가전	-	-	-	-	-
소매·유통	-	-	-	-	-
IT	-	-	1	1	2
기타	-	-	-	1	1
합계	1	5	4	4	14

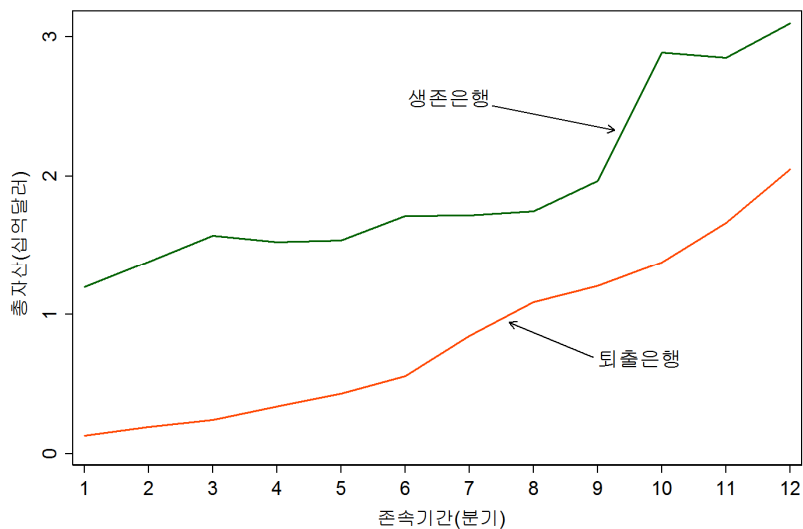
2014년말 기준 정상 영업중인 인터넷전문은행은 총 24개로 파악된다. 설립자 유형별로 살펴보면, 은행이 9개, 금융투자회사가 2개, 보험

회사가 4개, 카드사·할부금융사가 5개, 자동차·가전제조회사가 3개, 소매·유통회사가 1개로 분류된다.

### 나. 생존은행과 퇴출은행의 설립초기 사업성과 비교

인터넷전문은행의 영업전략과 사업모델 선택이 수익성과 성장성에 미치는 영향을 살펴보기 위해, 분석대상 38개를 2014년말 기준 생존은행과 퇴출은행으로 구분하여 설립초기 3년간의 사업성과를 비교분석하였다. 분석대상중 생존은행 24개는 비교대상에 모두 포함되었고, 퇴출은행 14개 중 4개는 설립 3년이내에 퇴출되었으며, 나머지 퇴출은행 10개는 설립 3년이후에 퇴출된 것으로 파악된다. 이 때문에 퇴출은행의 평균값은 퇴출이 발생하는 분기에 급격히 증가할 수 있음을 유의할 필요가 있다.

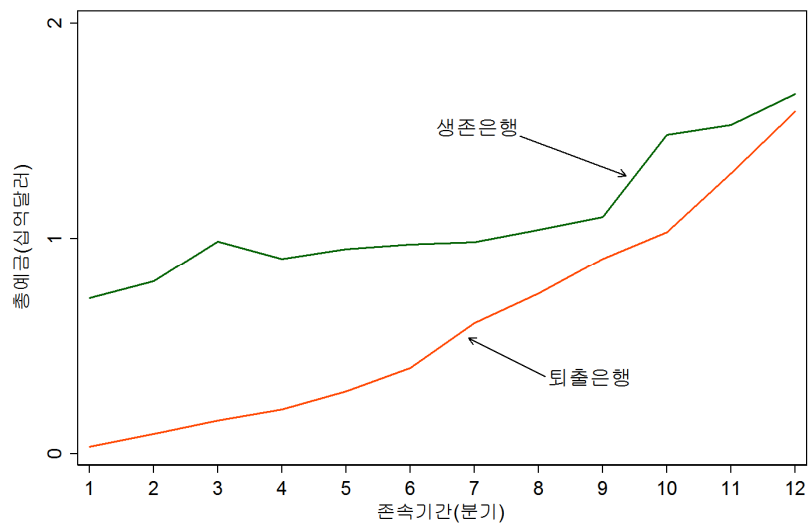
<그림 III-3> 생존은행과 퇴출은행의 총자산 평균 비교



<그림 III-3>에 제시된 생존은행과 퇴출은행의 총자산 평균을 비교해 보면, 퇴출은행은 생존은행과 달리 설립초기 영업기반이 없으나 퇴출은행의 총자산이 생존은행보다 다소 빠르게 증가한 것으로 나타난다. 이는 퇴출은행 대부분이 기존 고객기반 없이 설립되었기 때문이다. 기존 고객기반 없이 설립된 인터넷전문은행일수록 설립초기 공격적으로 영업할 가능성이 높고, 이에 따라 수익성 개선이 지연되거나 수익성이 악화될 경우 퇴출될 가능성이 높다는 것을 시사한다.

한편 퇴출은행과 생존은행의 총자산 격차는 퇴출은행의 총자산이 빠르게 성장하였음에도 불구하고 계속 유지되고 있는 것으로 나타난다. 이는 생존은행 대부분이 기존 고객기반을 보유한 상태에서 설립되었기 때문이다. 이 때문에 생존은행은 퇴출은행보다 상대적으로 고객의 은행서비스 수요를 흡수하는데 더 용이할 수 있고, 퇴출은행은 공격적으로 영업을 한다고 해도 생존은행과의 격차를 줄이기 어려웠던 것으로 이해된다.

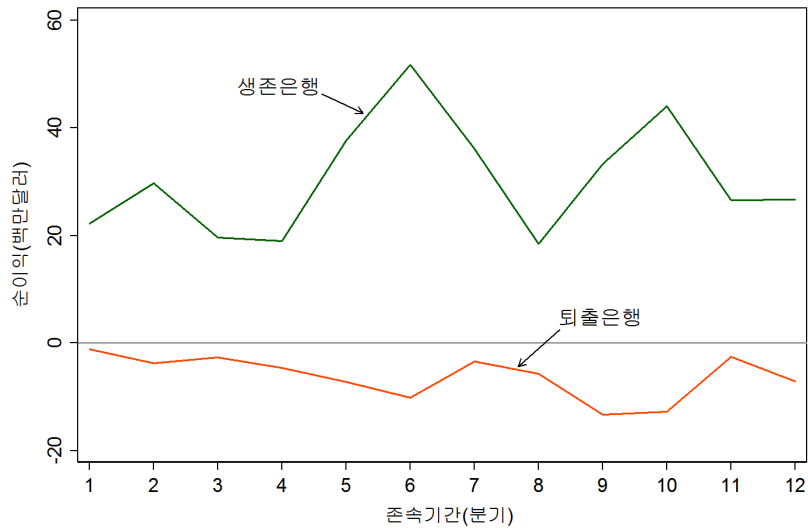
<그림 III-4> 생존은행과 퇴출은행의 총예금 평균 비교



<그림 Ⅲ-4>에 제시된 생존은행과 퇴출은행의 총예금 평균을 비교해 보면, 퇴출은행의 총예금은 생존은행보다 더 가파르게 증가한 것으로 나타난다. 이는 고객기반이 없는 퇴출은행이 설립초기 공격적인 영업을 통해 고객기반을 확보하고자 한 것으로 해석할 수 있다.

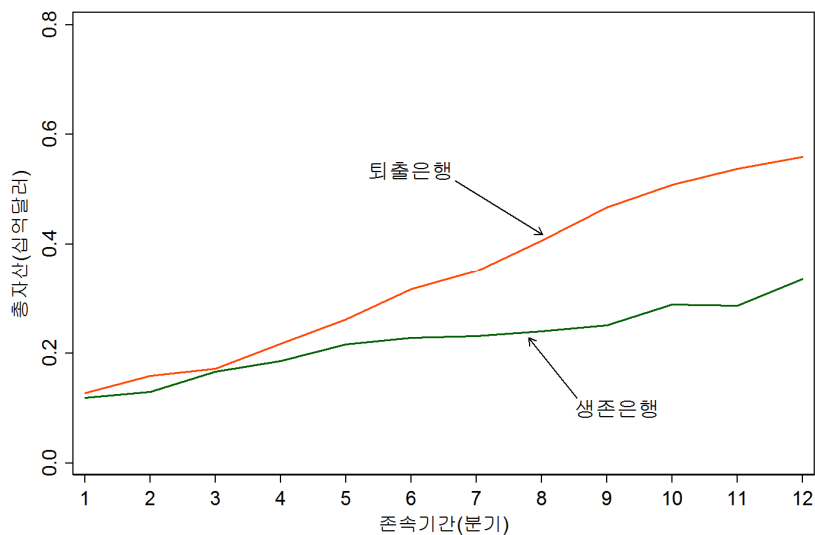
<그림 Ⅲ-5>에 제시된 퇴출은행과 생존은행의 수익성을 비교해 보면, 퇴출은행이 공격적인 영업을 통해 어느 정도 고객기반을 확보했다더라도 안정적인 수익기반을 확보하는데는 성공하지 못한 것으로 나타난다. 무리하게 높은 수신금리 또는 낮은 여신금리를 제시하였거나 과도한 비이자영업비용을 지출했으나 이를 통해 확보한 고객기반이 안정적인 수익기반으로 연결되지 않았기 때문인 것으로 이해된다. 퇴출은행은 설립초기 3년 내내 적자를 면치 못한 반면, 생존은행은 기존 고객기반을 토대로 꾸준하게 흑자를 낸 것으로 나타난다.

<그림 Ⅲ-5> 생존은행과 퇴출은행의 순이익 평균 비교



기존 고객기반 없이 설립된 인터넷전문은행이 설립초기 공격적으로 영업했을 경우 은행의 성장성과 수익성에 미치는 영향을 살펴보기 위해 설립자 유형이 은행으로 분류된 경우 생존은행과 퇴출은행의 사업성과를 비교분석하였다. 설립자 유형이 은행으로 분류된 19개 중 10개가 퇴출은행이고, 나머지 9개가 생존은행이다. 이들 은행의 공통점은 앞서 논의한 바와 같이 고객기반이 없는 상태에서 설립되었다는 점이다. 그렇기 때문에 이들 은행 모두는 설립초기부터 고객기반을 확보하기 위해 무리하게 영업을 추진할 유인을 갖는다고 볼 수 있다.

<그림 III-6> 설립자 유형이 은행인 경우 총자산 평균 비교

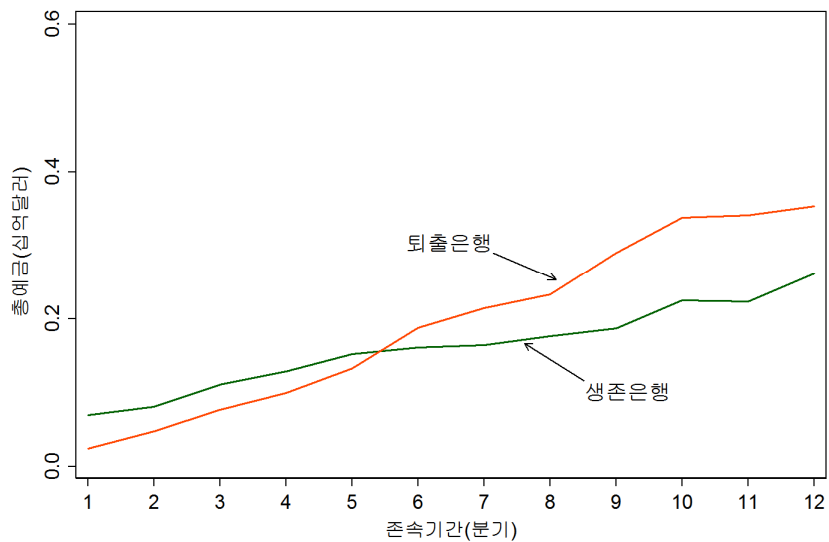


<그림 III-6>에서 살펴볼 수 있는 바와 같이 설립자 유형이 은행으로 분류된 경우 퇴출은행과 생존은행의 설립초기 총자산의 규모는 비슷한 수준이다. 즉 설립자 유형이 은행인 경우 퇴출여부와 상관없이 설립초기

기존 고객기반이 없다는 공통점을 갖고 있다. 그러나 이중 퇴출은행의 총자산이 생존은행보다 설립초기부터 상당히 빠르게 증가하고 있는 모습을 보이고 있다. 즉 퇴출은행일수록 설립초기부터 공격적으로 영업한 것으로 이해할 수 있다.

<그림 Ⅲ-7>에서 살펴볼 수 있는 바와 같이 설립자 유형이 은행으로 분류된 경우 퇴출은행과 생존은행의 총예금 평균을 비교해 보면 이러한 사실은 더 확연해진다. 설립초기 생존은행의 총예금이 퇴출은행보다 다소 높은 것으로 나타난다. 반면에 퇴출은행의 총예금이 생존은행보다 더 빠르게 증가하고 그 격차도 벌어진다는 것을 확인할 수 있다.

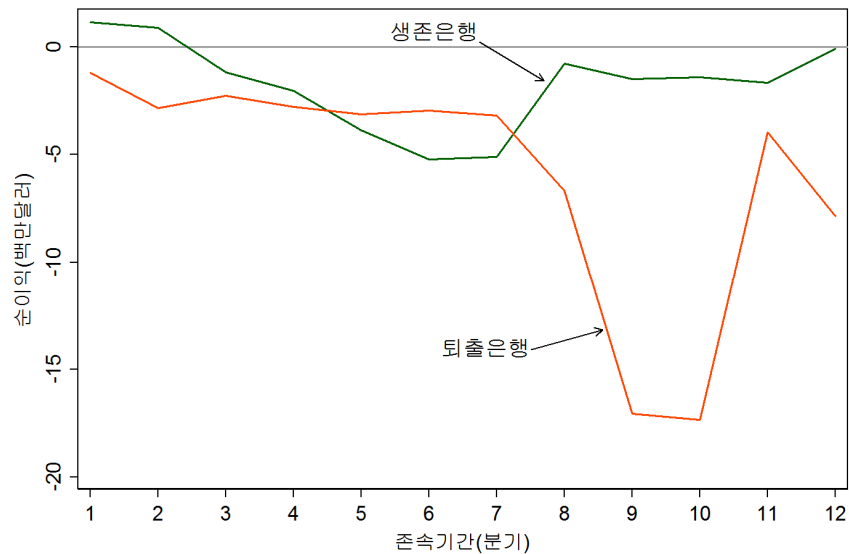
<그림 Ⅲ-7> 설립자 유형이 은행인 경우 총예금 평균 비교



한편 설립자 유형이 은행으로 분류된 경우라도 생존은행은 퇴출은행보다 설립초기 고객기반을 다소 보유하고 있었던 것으로 파악된다.

이 때문에 이들 생존은행은 공격적인 영업을 추진할 유인이 퇴출은행보다 상대적으로 낮았다고 볼 수 있다. 반면에 퇴출은행은 공격적으로 영업을 통해 어느 정도 고객기반을 확보하는데 성공하였으나, 공격적인 영업으로 확보한 고객기반이 은행의 안정적인 수익기반으로 연결되지 않았던 점을 재확인할 수 있다.

<그림 III-8> 설립자 유형이 은행인 경우 순이익 평균 비교



<그림 III-8>은 설립초기 고객기반이 없더라도 어떤 영업전략을 선택하느냐에 따라 인터넷전문은행의 생존과 퇴출이 결정될 수 있음을 보여준다. 설립자 유형이 은행으로 분류된 경우 퇴출은행은 설립이후 1년 반을 넘기는 시점부터 수익성이 급속도로 악화되는 모습을 보인다. 이는 공격적인 영업을 설립초기 고객기반을 확보하는데는 유리하게 작용할 수 있지만 중장기적으로 인터넷전문은행이 수익성 악화로 퇴출되는데

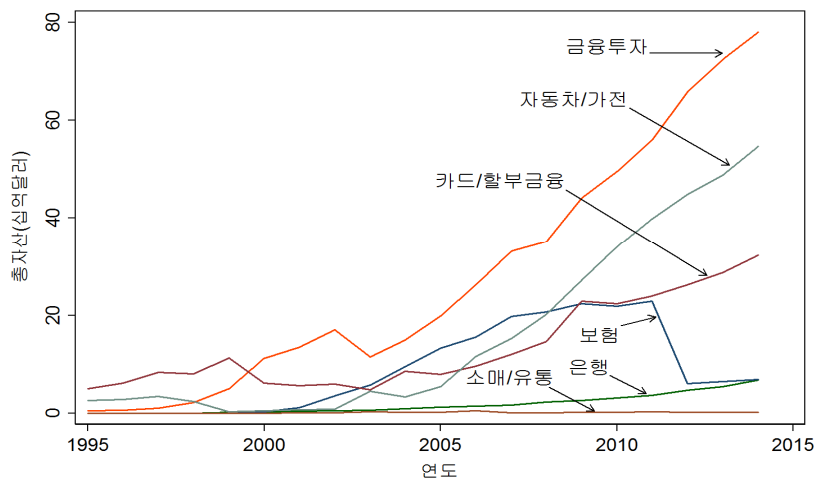
근본적인 주요 원인으로 작용할 수 있음을 시사한다. 반면에 생존은행은 설립이후 1년 반을 넘기는 시점부터 수익성이 점차적으로 개선되고 있는 것으로 나타난다. 이는 기존 고객기반 없이 설립되었다더라도 공격적인 영업을 무리하게 추진하지 않아야 퇴출될 가능성이 그만큼 낮아질 수 있다는 점을 시사한다.

### 다. 생존은행의 설립자 유형별 사업성과 비교

#### 1) 총자산

<그림 III-9>에 제시된 1995~2014년중 설립자 유형별 총자산 평균 추이를 살펴보면, 설립자 유형이 금융투자회사, 자동차·가전제조회사, 카드사·할부금융사로 분류된 인터넷전문은행의 총자산이 설립자 유형이 은행으로 분류된 경우보다 비교적 빠른 속도로 성장한 것으로 나타난다.

<그림 III-9> 생존은행의 설립자 유형별 총자산 평균 추이



이들 인터넷전문은행은 두 가지 공통점을 지녔다. 첫째, 이들 인터넷전문은행과 그 외 인터넷전문은행의 설립초기 총자산 평균의 격차가 존재하는 것으로 보아 각 설립자 유형에 따라 금융서비스를 제공하고 있는 고객기반을 보유한 것으로 보인다. 둘째, 기존 은행과 차별적인 은행서비스를 제공함으로써 기존 고객기반의 은행서비스를 효과적으로 흡수한 것으로 보인다. 설립자 유형이 금융투자회사인 경우 종합적인 현금자산관리서비스를, 자동차·가전제조회사의 경우 소비자 또는 대리점을 대상으로 특화된 대출상품을, 카드사·할부금융회사는 중금리 단기대출을 제공한 것으로 파악된다. 따라서 이들 인터넷전문은행의 총자산이 설립자 유형이 은행으로 분류된 인터넷전문은행보다 상대적으로 빠르게 성장한 것은 공격적인 영업 때문이 아니라 기존 은행과 다른 사업성과 결정요인을 보유하고 있고 이에 따라 기존 은행과 차별적인 사업 모델을 선택했기 때문인 것으로 해석할 수 있다.

2014년말 기준 설립자 유형별 총자산 점유율을 살펴보면, 설립자 유형이 금융투자회사 2개, 카드사·할부금융사 5개, 자동차·가전제조회사 3개의 총자산 점유율은 각각 27.33%, 28.75%, 28.28%로 상대적으로 높고, 은행 9개의 총자산 점유율은 10.73%로 매우 낮은 것으로 나타난다. 설립자 유형이 금융투자회사, 카드사·할부금융사, 자동차·가전제조회사로 분류된 인터넷전문은행의 경우 차별적인 은행서비스 제공을 통해 기존 또는 신규 고객의 은행서비스 수요를 흡수하는데 성공한 반면, 설립자 유형이 은행인 경우 대부분이 기존 고객기반 없이 신설되었고 기존 은행의 인터넷뱅킹이 확대되면서 상대적으로 경쟁력이 약화되었기 때문인 것으로 보인다.

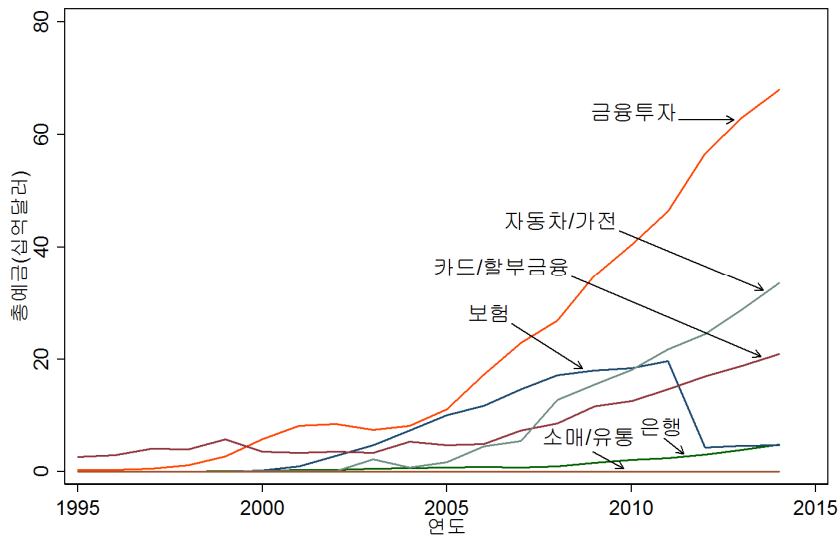
한편 설립자 유형이 보험회사로 분류된 인터넷전문은행 4개의 총자산 점유율은 5.68%로 상당히 낮은 것으로 나타난다. 이는 이들 은행 대부분이 기존 또는 신규고객의 은행서비스 수요를 흡수하는데 성공하지

못했기 때문인 것으로 파악된다. 설립자 유형이 소매·유통회사로 분류된 1개의 총자산 점유율은 0.04%에 불과하다.

## 2) 총예금

<그림 III-10>에 제시된 1995~2014년중 설립자 유형별 총예금 평균 추이를 살펴보면, 설립자 유형이 금융투자회사, 자동차·가전제조회사, 카드사·할부금융사, 보험회사로 분류된 인터넷전문은행의 총예금이 설립자 유형이 은행 또는 소매·유통으로 분류된 경우보다 비교적 빠른 속도로 증가한 것으로 나타난다. 이는 앞서 논의한 바와 같이 수신 시장에서도 가격경쟁력보다는 서비스경쟁력이 인터넷전문은행의 성장에 더 큰 영향을 미칠 수 있다는 점을 간접적으로 시사한다.

<그림 III-10> 생존은행의 설립자 유형별 총예금 평균 추이



2014년말 기준 설립자 유형이 금융투자회사로 분류된 2개의 총예금 점유율은 33.69%로 매우 높다. 이들 은행의 경우 가격경쟁력보다 서비스 경쟁력이 유효했기 때문에 총예금 점유율이 상대적으로 높게 나타난 것으로 판단된다. 예를 들면, Charles Schwab Bank은 생존 인터넷전문은행 중에서 2014년말 총예금 기준 1위를 기록하였다. 그런데 저축상품 1년 평균금리는 점포를 기반으로 영업하는 기존 전통은행과 비슷한 수준인 0.10%에 불과하다. E\*Trade Bank의 경우 2008년 글로벌 금융위기 이후 저축상품 취급을 중단하는 대신, 기존 전통은행 금리보다 5배 높은 체크계좌(checking account) 서비스를 제공하고 있다. 이전과 달리 주요 수익원천을 예대마진보다는 지급결제 수수료로 전환하기 위해서이다.

이와 달리 설립자 유형이 은행으로 분류된 9개의 총예금 점유율은 10.80%로 매우 낮다. 이는 기존 전통은행보다 대체적으로 높은 수신금리를 제시함에도 불구하고 설립자 유형이 다른 인터넷전문은행과 비교해 가격 경쟁력에서 뒤지기 때문인 것으로 보인다. 예를 들면, 이들 은행의 저축상품 1년 수익률은 2015년 7월말 기준 0.15~1.01%로 다양하게 분포하고 있는 반면, 설립자 유형이 카드사·할부금융사 또는 자동차·가전제조회사로 분류된 인터넷전문은행의 저축상품 1년 수익률은 약 1.00% 내외이다.

설립자 유형이 카드사·할부금융사 및 자동차·가전제조회사로 분류된 8개는 설립자 유형이 은행으로 분류된 은행과 유사하게 예대업무를 주목적으로 하고 있음에도 이들 은행의 총예금 점유율은 50.82%로 매우 높다. 이는 예금고객의 입장에서 보면 이들 은행의 대출고객 대부분이 금리탄력성이 낮은 할부금융 또는 단기대출 고객이라는 점에서 높은 수신금리를 제시하더라도 이들 은행이 더 지속가능하다고 판단하기 때문인 것으로 보인다. 그 외 설립자 유형이 보험회사로 분류된 4개의 총예금 점유율은 4.69%, 소매·유통으로 분류된 1개의 총예금 점유율은 0.01%로 매우 낮은 수준으로 나타났다.

3) 예대비율

<표 Ⅲ-6>에 제시된 2014년말 기준 정상 영업중인 인터넷전문은행의 설립자 유형별 예대비율을 살펴보면, 예대비율은 소매·유통회사, 카드사·할부금융사, 자동차·가전제조회사, 은행, 보험회사, 금융투자회사 순으로 높게 나타난다.

설립자 유형이 카드·할부금융사 및 자동차·가전제조회사로 분류된 은행의 예대비율은 각각 128.40%와 122.01%로 매우 높게 나타난다. 그 이유는 기존 고객의 특성상 할부금융 또는 단기대출에 대한 수요가 많기 때문인 것으로 보인다.

<표 Ⅲ-6> 생존은행의 설립자 유형별 기준 예대비율(2014년말)

(단위: 개, 십억달러, %)

유형	개수	예금(A)	대출(B)	비율(B/A)
은행	9	43.62	49.39	113.24
금융투자	2	135.99	28.04	20.62
보험	4	18.95	16.73	88.31
카드·할부금융	5	104.45	134.12	128.40
자동차·가전	3	100.74	122.91	122.01
소매·유통	1	0.05	0.15	314.73
총 계	24	403.80	351.34	87.01

설립자 유형이 은행으로 분류된 9개의 예대비율도 113.24%로 높게 나타난다. 이들 은행의 경우 기존 고객기반 없이 설립되었더라도 공격적인 가격경쟁을 지양하고 안정적인 고객기반을 확보하는데 주력했기 때문인 것으로 해석된다.

설립자 유형이 금융투자회사로 분류된 2개의 예대비율은 20.62%로 매우 낮은 수준이다. 예를 들면, Charles Schwab Bank와 E\*Trade Bank의 2014년말 기준 총자산 중 대출자산이 각각 12.14%와 32.54%를 차지한 것으로 나타난다. 반면에 총자산 중 채무증권은 각각 78.78%와 56.55%를 차지하는 것으로 나타났다. 이들 은행의 예대비율이 매우 낮은 것은 금융그룹 차원에서 투자고객의 효율적인 현금자산관리 서비스를 제공하기 위해서 인터넷전문은행을 설립했기 때문이다. 이 때문에 유동성관리 차원에서 대출보다는 채권에 자금을 운용하는 방식을 선택한 것으로 보인다.

설립자 유형이 보험으로 분류된 4개의 예대비율은 88.31%로 낮게 나타났다. 저축성 보험상품을 취급하지 않는 미국의 보험시장의 특성상 보험고객의 대출수요가 상대적으로 높지 않기 때문인 것으로 보인다. 설립자 유형이 소매·유통으로 분류된 1개의 예대비율은 314.73%로 다른 설립자 유형보다 가장 높게 나타났다. 이는 대출수요가 많기 때문이 아니라 예금조달이 상대적으로 부족하기 때문인 것으로 보인다.

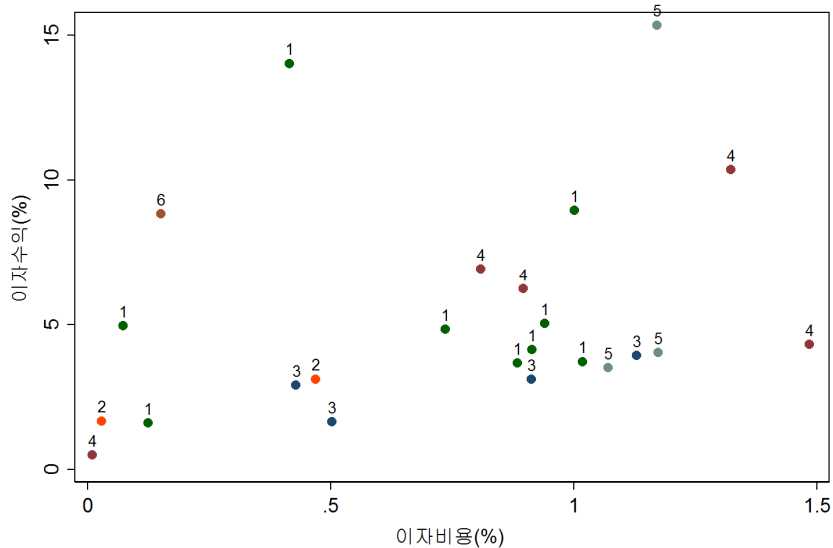
#### 4) 금리경쟁력

<그림 III-11>에 제시된 2014년말 기준 정상 영업중인 인터넷전문은행의 설립자 유형별 이자비용과 수익의 분포를 살펴보면, 자금조달 부분에서 상호경쟁이, 자금운용 부분에서 시장분할이 존재하는 것으로 파악된다. 이는 수신시장에서는 서비스차별화가 어렵고 여신시장에서는 고객기반의 특성에 맞게 가격차별화 또는 서비스차별화가 가능하기 때문인 것으로 이해된다.

설립자 유형이 은행으로 분류된 인터넷전문은행 대부분은 2014년말 기준 순이자마진은 4% 내외로 자금을 0.9% 내외에서 조달해 3.72~5.03% 대로 운용하고 있는 것으로 나타났다. 순이자마진이 가장 낮은 곳은

The Bancorp Bank로 자금을 0.12%로 조달해 1.61%로 운용하고 있으며, 순이자마진이 가장 높은 곳은 WebBank로 자금을 0.42%로 조달해 14.02%로 운용하고 있는 것으로 나타났다. WebBank가 매우 높은 이자 수익을 실현할 수 있는 이유는 미국의 최대 P2P대출업자인 LendingClub의 대출고객을 대상으로 대출을 실행하고 있기 때문이다.

<그림 III-11> 생존은행의 설립자 유형별 이자비용 및 이자수익 분포(2014년 중)



주 : 그림 안의 숫자는 설립자 유형(1-은행, 2-금융투자, 3-보험, 4-카드·할부금융, 5-자동차·가전, 6-소매·유통)을 표시

설립자 유형이 금융투자회사로 분류된 Charles Schwab Bank의 순이자마진은 1.65%이고 E\*Trade Bank의 경우 2.65%로 설립자 유형이 은행으로 분류된 인터넷전문은행보다 높지 않은 것으로 나타났다. Charles Schwab Bank는 증권 자매회사의 투자고객의 현금자산을 MMDA로 예치

받기 때문에 0.03%로 자금을 조달해 1.68%로 자금을 운용하고 있다. E\*Trade Bank는 자금을 0.47%로 조달해 3.12%로 운용하고 있다. 이들 은행의 설립자 유형은 동일하더라도 E\*Trade Bank가 Charles Schwab Bank보다 대출취급 비중이 높기 때문에 상대적으로 높은 순이자마진을 실현하는 것으로 파악된다.

설립자 유형이 보험으로 분류된 인터넷전문은행 4개의 순이자마진은 1.14~2.81% 사이에 분포하고 있다. 순이자마진이 가장 낮은 곳은 교직원 공제회인 TIAA-CREF Trust Company로 자금을 0.50%로 조달해 1.5%로 운용하고 있다. 반면에 순이자마진이 가장 높은 곳은 State Farm Bank로 자금을 1.13%로 조달해 3.94%로 운용하고 있다. 이들 은행의 공통적인 점은 특화된 고객층이 주요 수익기반이라는 점이다.

설립자 유형이 카드사·할부금융사로 분류된 인터넷전문은행 5개의 순이자마진은 0.50~9.04%로 다양하게 분포하고 있다. 순이자마진이 가장 낮은 곳은 Green Dot Bank로 자금을 0.01%로 조달해 0.51%로 운용하고 있다. 반면에 순이자마진이 가장 높은 곳은 Discover Bank로 1.32%에서 자금을 조달해 10.37%로 자금을 운용하고 있다.

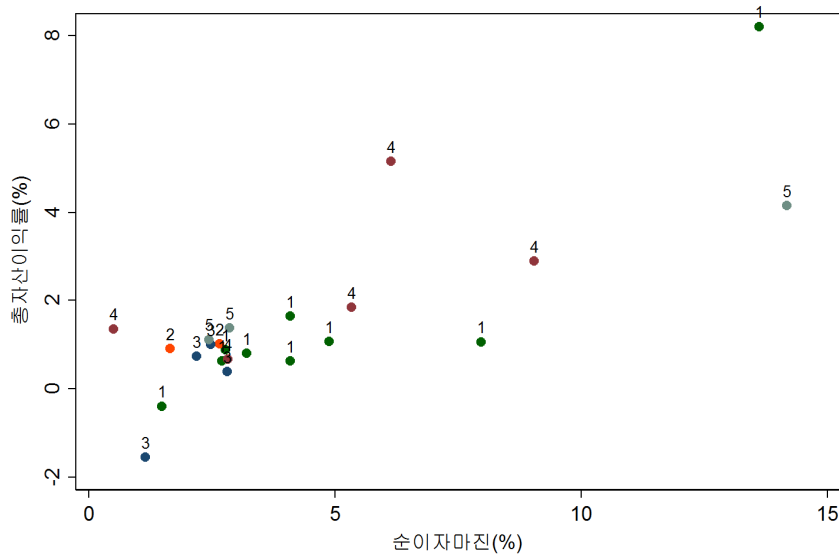
설립자 유형이 자동차제조회사로 분류된 인터넷전문은행 2개의 순이자마진은 2.60%내외로 자금을 1.10% 내외로 조달해 3.70% 내외로 운용하고 있다. 설립자 유형이 가전제조회사로 분류된 Synchrony Bank의 순이자마진은 14.17%로 자금을 1.17%로 조달해 15.34%로 운용하고 있다. 설립자 유형이 소매·유통회사로 분류된 Nordstrom fsb의 순이자마진은 8.69%로 자금을 0.15%로 조달해 8.84%로 운용하고 있다.

##### 5) 비용효율성

<그림 III-12>에 제시된 2014년말 기준 정상 영업중인 인터넷전문은행의

설립자 유형별 순이자마진율(NIM) 대비 총자산이익률(ROA)를 살펴보면, 설립자 유형이 은행이 아닌 인터넷전문은행이 대체적으로 더 비용효율적인 것으로 나타난다.

<그림 III-12> 생존은행의 설립자 유형별 순이자마진율 대비 총자산이익률(2014년 중)



주 : 그림 안의 숫자는 설립자 유형(1-은행, 2-금융투자, 3-보험, 4-카드·할부금융, 5-자동차·가전, 6-소매·유통)을 표시

총자산이익률이 비슷한 15개 중 설립자 유형별 순이자마진은 대체적으로 은행, 보험회사, 자동차·가전제조회사, 금융투자회사 순으로 높게 나타났다. 이는 비이자영업수익에 비해 여신심사에 필요한 고정비용을 부담해야 하는 등 비이자영업비용이 은행, 보험회사, 자동차·가전제조회사, 금융투자회사 순으로 높기 때문이다.

설립자 유형이 카드사·할부금융사로 분류된 인터넷전문은행 5개도

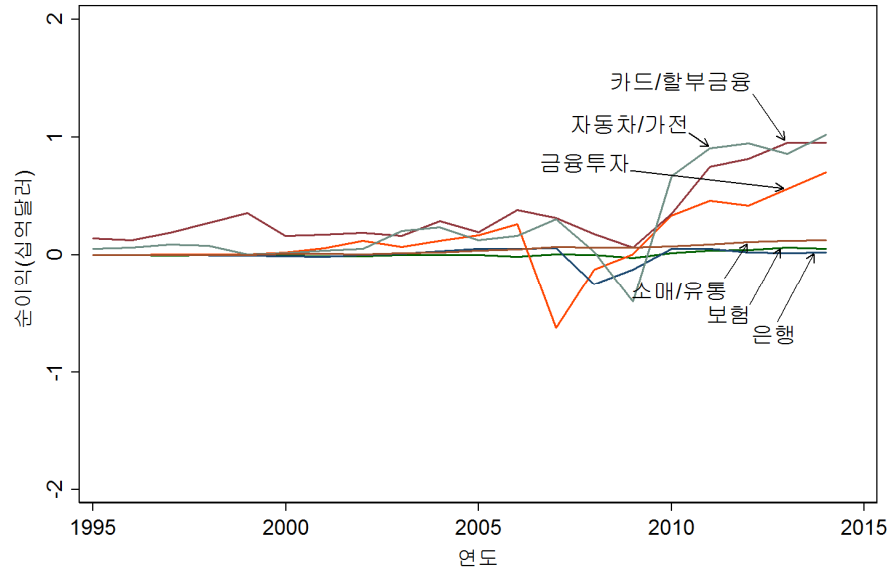
순이자마진에 비해 총자산이익률이 낮은 것으로 나타났다. 이는 주요 고객층이 상대적으로 신용도가 낮기 때문에 발생하는 고정비용이 상대적으로 크기 때문인 것으로 보인다. 다만 이들 은행은 주요고객층의 금리 탄력성이 낮기 때문에 비이자영업비용 증가분을 이자수익으로 충분히 상쇄하고 있는 것으로 보인다.

## 6) 수익성

<그림 III-13>에 제시된 1995~2014년중 설립자 유형별 평균 순이익 추이를 살펴보면, 설립자 유형이 카드사·할부금융사, 자동차·가전제조회사, 금융투자회사로 분류된 인터넷전문은행이 설립자 유형이 은행으로 분류된 경우보다 상당히 높은 순이익을 창출하고 있는 것으로 나타났다. 이는 이들 은행이 기존 은행과 차별적인 고객기반을 대상으로 은행서비스를 제공한 것이 유효했기 때문인 것으로 파악된다.

다만 설립자 유형이 카드사·할부금융사, 자동차·가전제조회사로 분류된 인터넷전문은행의 순이익은 경기변동에 취약한 것으로 나타났다. 이들 인터넷전문은행의 고객기반이 신용도가 상대적으로 낮고 경기침체에 쉽게 영향받기 때문이다. 설립자 유형이 금융투자회사로 분류된 인터넷전문은행의 순이익은 설립자 유형이 카드사·할부금융사 및 자동차·가전제조회사의 경우보다 낮게 나타났다. 이는 2008년 글로벌 금융위기에도 Charles Schwab Bank의 경우 안정적으로 순이익을 실현하여 성장한 반면, E\*Trade의 경우 2008년 이전 무리하게 서브프라임 모기지를 취급함에 따라 2008년 전후 크게 수익이 악화되었기 때문이다.

<그림 III-13> 설립자 유형별 순이익의 평균 추이



### 3. 패널 회귀분석

#### 가. 회귀분석모형

본 연구는 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인이 사업성과에 미치는 영향을 살펴보기 위해 패널 회귀분석을 실시하고 이를 통해 인터넷전문은행 간 사업성과의 차이가 발생하는지를 실증적으로 검증하고 인터넷전문은행의 성공요인을 객관적으로 제시하고자 한다. 이를 위해 본 연구는 DeYoung(2001; 2002; 2005)을 기반으로 다음과 같이 회귀분석모형을 설정하였다.

$$\begin{aligned}
PERF_{ijt} = & \alpha_0 + \sum_{j=1}^4 \alpha_j TYPE_{ij} + \beta_0 \ln ASSETS_{ijt} + \sum_{j=1}^4 \beta_j TYPE_{ij} * \ln ASSETS_{ijt} \\
& + \gamma \ln AGE_{ijt} + \theta_0 \% CASH_{ijt} + \theta_{10} \% SEC_{ijt} + \sum_{j=1}^4 \theta_{1j} TYPE_{ij} * \% SEC_{ijt} \\
& + \theta_{20} \% LOANS_{ijt} + \sum_{j=1}^4 \theta_{2j} TYPE_{ij} * \% LOANS_{ijt} + \theta_{30} \% ALLWS_{ijt} \\
& + \sum_{j=1}^4 \theta_{3j} TYPE_{ij} * \% ALLWS_{ijt} + \theta_4 \% PREMR_{ijt} + \theta_5 \% DEPI_{ijt} \\
& + \lambda_1 JOBGROWTH_{ijt} + \lambda_2 Year_t + \lambda_3 Quarter_t + \epsilon_{it}
\end{aligned}$$

종속변수  $PERF_{ijt}$ 는 시점  $t$ 기의 설립자 유형  $j$ 에 속하는 인터넷전문은행  $i$ 의 사업성과 지표를 나타낸다. 사업성과 지표로는 총자산이익률( $ROA$ ), 순영업이익률( $NOI$ ), 순이자마진율( $NIM$ ), 이자수익률( $INTINC$ ), 이자비용률( $INTEXP$ ), 비이자이익률( $NINTM$ ), 비이자수익률( $NINTINC$ ), 비이자비용률( $NINTEXP$ )을 이용하였다. 다수의 사업성과 지표를 종속변수로 이용한 것은 설립자 유형에 따라 사업모델 선택이 다를 수 있고 각각의 성과지표에 나타나는 영향도 다르게 나타날 수 있다는 점을 고려하기 위해서이다.

설립자 유형  $TYPE_{ij}$ 는 더미변수로 인터넷전문은행  $i$ 가 설립자 유형  $j$ 에 속하면 1, 아니면 0의 값을 갖는다. 회귀분석의 분석 편의를 위해 설립자 유형별 사업성과 비교분석의 결과를 참고하여 유사한 사업모델을 채택한 것으로 판단되는 은행·IT·기타와 자동차·가전·소매·유통을 각각 동일한 설립자 유형으로 구분하였다. 따라서 본 연구의 회귀분석에서는 설립자 유형을 은행·IT·기타( $j=0$ ), 금융투자( $j=1$ ), 보험( $j=2$ ), 카드·할부금융( $j=3$ ), 자동차·가전 또는 소매·유통( $j=4$ )으로 구분한다.

각 설립자 유형( $j=1, 2, 3, 4$ )별 상수항의 차이를 나타내는  $\alpha_j$ 는 각 설립자 유형으로 대표되는 특성을 통제한다. 본 연구는 설립자 유형에 따라 사업성과 결정요인이 다를 수 있다고 보기 때문에  $\alpha_j$ 가 통계적으로 유의

하다면 설립자 유형으로 대표되는 특성이 각 인터넷전문은행의 성과에 절대적인 영향을 미친다고 해석할 수 있다. 예컨대,  $\alpha_1$ 이 통계적으로 유의하게 양(+)의 값을 갖는다면 금융투자회사로 분류된 설립자 유형의 특성이 인터넷전문은행의 사업성과에 양(+)의 효과를 미친다고 해석할 수 있다.

총자산의 자연로그 값인  $\ln ASSETS$ 은 인터넷전문은행의 자산규모가 사업성과에 미치는 영향을 통제한다. 설립초기에는 규모의 경제 효과로 자산규모가 커질수록 사업성과에 양(+)의 효과를 미칠 수 있으나, 영업기간이 길어지고 자산규모가 커질수록 규모의 경제 효과는 체감될 수 있기 때문에 사업성과에 음(-)의 효과를 미칠 수 있다. 특히 설립자 유형의 특성이 설립초기부터 크게 작용한다면 규모의 경제 효과는 사업성과에 음(-)의 효과를 미치는 것으로 나타날 수 있다. 참고로 본 연구는 자산규모가 고객기반의 규모를 대변한다고 가정한다. 또한  $\ln ASSETS$ 에 대한 설립자 유형별 상호작용 변수를 이용하여 자산규모가 사업성과에 미치는 영향을 설립자 유형별로 통제한다. 설립자 유형에 따라 사업성과 결정요인이 다르다면 자산규모가 사업성과에 미치는 영향도 설립자 유형에 따라 달라질 수 있기 때문이다. 특히 자산규모에 대한 설립자 유형별 상호작용 변수는 설립자 유형에 따라 보유하고 있는 고객기반의 특성을 대변할 수 있다.

영업기간의 자연로그 값인  $\ln AGE$ 는 인터넷전문은행의 축적된 평판과 경험을 통제한다. 오래된 인터넷전문은행일수록 사업모델의 안정성이 검증될 수 있으므로 영업기간이 사업성과에 양(+)의 효과를 미칠 수 있다. 반면에 인터넷전문은행이 설립초기 제대로 정착하지 못할 경우 영업기간이 사업성과에 음(-)의 효과를 미칠 수 있다.

인터넷전문은행의 사업성과는 설립자 유형별 자금운용 전략에 따라 서로 달라질 수 있다. 이를 통제하기 위해 총자산에서 현금, 유가증권, 총대출이 차지하는 비중을 나타내는  $\%CASH$ ,  $\%SEC$ ,  $\%LOANS$ 를 이용한다. 또한 각각의 설립자 유형이 선택하는 사업모델에 따라 유가증권 보유의

목적 또는 대출고객의 특성이 다를 수 있기 때문에 %*SEC*와 %*LOANS*에 대한 설립자 유형별 상호작용 변수를 이용하여 이를 통제한다.

참고로 인터넷전문은행이 설립초기 대출고객을 확보하지 못할 경우 단기적으로 자금을 운용할 목적으로 유가증권을 보유할 수 있다. 한편 은행은 전통적으로 예대업무를 영위할 목적으로 설립되었기 때문에 총자산에서 유가증권이 차지하는 비중을 별도로 통제할 필요가 없다. 그러나 설립자 유형이 금융투자회사로 분류된 인터넷전문은행처럼 대출보다는 채권에 자금을 운용하는 전략을 선택한 할 수 있기 때문에 본 연구는 이러한 자금운용 전략의 선택이 은행의 사업성과에 미치는 영향을 구분하여 살펴본다.

총대출 대비 대손충당금 비율을 나타내는 %*ALLWS*는 인터넷전문은행이 보유하는 위험의 정도가 사업성과에 미치는 영향을 통제한다. 다른 조건이 동일하다면 대손충당금비율이 높을수록 은행의 사업성과는 나쁠 수 있다. 반면에 대손충당금비율이 높다는 것은 대출 고객기반의 신용도와 금리탄력성이 상대적으로 낮고 그만큼 이들 고객을 대상으로 대출을 취급할 경우 수익성을 높일 수 있다는 것을 의미한다. 또한 대출이자보다 높은 연체이자수입이 발생할 경우 인터넷전문은행의 수익성은 개선될 수 있다. 이를 통제하기 위해 %*ALLWS*에 대한 설립자 유형별 상호작용 변수를 이용하였다.

총자산 중 부동산 및 고정자산이 차지하는 비중을 나타내는 %*PREMR*은 인터넷전문은행의 고정비용 비교우위가 사업성과에 미치는 영향을 통제한다. 직관적으로 살펴보면, 인터넷전문은행이 부동산 및 고정자산을 많이 보유한다는 것은 그만큼 은행의 규모가 커졌다는 것을 의미한다. 이에 따라 인터넷전문은행 사업성과도 높아질 수 있다. 이와 동시에 고정비용 부담이 커져 사업성과를 낮출 가능성도 존재한다.

총예금 중 이자지급 예금이 차지하는 비중을 나타내는 %*DEPT*는 자금 조달의 안정성이 인터넷전문은행의 사업성과에 미치는 영향을 통제한다. 대체적으로 이자를 지급하는 예금은 인출횟수가 제한되거나 예금 만기가

경과해야 인출이 가능하다. 그만큼 만기불일치를 줄일 수 있으며 자금조달도 안정적일 수 있다. 대신에 이자비용은 더 높아질 수 있다.

전년 동기대비 일자리성장률을 나타내는 *JOBGROWTH*는 경기변동이 은행의 사업성과에 미치는 영향을 통제한다. 일반적인 경제활동인구의 임금소득의 기회가 높아질수록 은행서비스에 대한 수요가 증가할 수 있기 때문이다. 이를 위해 미국 노동통계청(Bureau of Labor Statistics)의 고용통계를 사용하였다. 마지막으로 연도 및 분기별 터미인 *Year*와 *Quarter*를 이용해 연도별 이벤트 및 계절 변화가 인터넷전문은행의 사업성과에 미치는 효과를 통제한다.

각각의 종속변수와 설명변수의 기초통계는 분석대상 전체, 생존은행, 퇴출은행으로 구분하여 <표 III-7>, <표 III-8>, <표 III-9>에서 요약하였다.

<표 III-7> 분석대상 전체의 기초통계

변수		Obs	Mean	Std.Dev.	Min	Max
종속 변수	<i>ROA</i>	1,663	0.281	9.202	-99.353	55.128
	<i>NOI</i>	1,663	0.228	8.515	-46.831	55.128
	<i>NIM</i>	1,663	4.409	3.671	-8.602	40.685
	<i>INTINC</i>	1,663	6.681	3.949	0.000	51.672
	<i>INTEXP</i>	1,663	2.272	1.708	0.000	16.593
	<i>NNIM</i>	1,424	-0.597	10.849	-60.975	82.493
	<i>NINTINC</i>	1,424	10.577	29.293	-0.737	200.157
	<i>NINTEXP</i>	1,424	11.174	25.093	0.154	167.733
설명 변수	<i>lnASSETS</i>	1,663	13.990	2.469	7.030	18.528
	<i>lnAGE</i>	1,663	2.997	0.967	0.000	4.331
	<i>%CASH</i>	1,663	7.445	11.849	0.000	85.959
	<i>%SEC</i>	1,663	24.894	24.901	0.000	99.779
	<i>%LOANS</i>	1,663	57.517	28.497	0.000	104.084
	<i>%ALLWS</i>	1,542	2.193	4.857	0.000	100.000
	<i>%PREMR</i>	1,663	0.934	3.158	0.000	61.912
	<i>%DEPI</i>	1,659	90.472	19.484	0.000	100.002
	<i>JOBGROWTH</i>	1,663	0.677	1.767	-4.859	3.236

&lt;표 III-8&gt; 생존은행의 기초통계

변수		Obs	Mean	Std.Dev.	Min	Max
종속 변수	<i>ROA</i>	1,332	1.463	8.037	-46.400	55.128
	<i>NOI</i>	1,332	1.334	8.052	-46.400	55.128
	<i>NIM</i>	1,332	4.844	3.893	-0.227	40.685
	<i>INTINC</i>	1,332	6.889	4.242	0.212	51.672
	<i>INTEXP</i>	1,332	2.045	1.653	0.000	16.593
	<i>NNIM</i>	1,193	0.075	11.354	-60.975	82.493
	<i>NINTINC</i>	1,193	12.439	31.641	-0.225	200.157
	<i>NINTEXP</i>	1,193	12.364	27.063	0.154	167.733
설명 변수	<i>lnASSETS</i>	1,332	14.152	2.490	8.157	18.528
	<i>lnAGE</i>	1,332	3.117	0.923	0.000	4.331
	<i>%CASH</i>	1,332	7.592	12.078	0.000	85.959
	<i>%SEC</i>	1,332	24.590	25.587	0.000	99.779
	<i>%LOANS</i>	1,332	58.612	28.530	0.000	104.084
	<i>%ALLWS</i>	1,220	2.346	4.520	0.000	83.333
	<i>%PREMR</i>	1,332	0.582	2.162	0.000	45.502
	<i>%DEPI</i>	1,331	89.862	20.179	0.000	100.002
	<i>JOBGROWTH</i>	1,332	0.609	1.781	-4.859	2.813

&lt;표 III-9&gt; 퇴출은행의 기초통계

변수		Obs	Mean	Std.Dev.	Min	Max
종속 변수	<i>ROA</i>	331	-4.475	11.732	-99.353	16.259
	<i>NOI</i>	331	-4.224	8.877	-46.831	16.369
	<i>NIM</i>	331	2.660	1.707	-8.602	12.619
	<i>INTINC</i>	331	5.845	2.255	0.000	17.501
	<i>INTEXP</i>	331	3.185	1.619	0.000	13.063
	<i>NNIM</i>	231	-4.067	6.757	-47.655	22.986
	<i>NINTINC</i>	231	0.962	3.091	-0.737	30.111
	<i>NINTEXP</i>	231	5.030	7.404	0.428	59.689
설명 변수	<i>lnASSETS</i>	331	13.339	2.270	7.030	18.396
	<i>lnAGE</i>	331	2.512	0.991	0.000	3.892
	<i>%CASH</i>	331	6.854	10.872	0.013	65.303
	<i>%SEC</i>	331	26.119	21.917	0.000	76.608
	<i>%LOANS</i>	331	53.112	27.976	0.000	95.868
	<i>%ALLWS</i>	322	1.613	5.938	0.000	100.000
	<i>%PREMR</i>	331	2.353	5.370	0.000	61.912
	<i>%DEPI</i>	328	92.945	16.158	0.000	100.000
	<i>JOBGROWTH</i>	331	0.951	1.685	-4.859	3.236

## 나. 회귀분석 방법

먼저 통제변수 중 자금운용 전략 통제변수인 %CASH, %SEC, %LOANS의 다중공선성(multicollinearity) 문제가 존재하는지를 살펴보았다. 자금운용의 특성상 세 변수는 선형적으로 높은 상관계수가 나타날 수 있기 때문에 다중공선성 문제를 야기할 수 있다. 통제변수간 심각한 다중공선성이 존재할 경우 추정계수의 분산값이 커져 추정계수가 통계적으로 유의하지 않게 나올 수 있고, 통계적으로 유의하더라도 추정계수가 편의(biased)될 수 있다. 이 때문에 통제변수간 다중공선성을 일으키는 통제변수는 회귀분석에서 제외하는 것이 대체적으로 바람직하다.

이를 위해 본 연구는 상기 세 변수에 대해 다중공선성 검증을 분산팽창지수(Variation Index Factor: VIF)와 상태지수(Condition Index: CI)를 이용하여 실시하였다. 일반적으로 분산팽창지수가 5 이상이거나, 상태지수가 30 이상이면 해당 통제변수간 심각한 다중공선성을 갖는다고 판단한다. 다중공선성을 검증한 결과, %SEC와 %LOANS가 선형적으로 높은 상관관계를 보이더라도 다중공선성을 보일 만큼 분산팽창지수와 상태지수가 기준값을 초과하지 않는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구는 자금운용 전략 통제변수간 다중공선성 문제가 회귀분석에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 판단하였다.

본 연구는 분석대상 전체, 생존은행, 퇴출은행 각각에 대하여 통합 최소자승법(Pooled Ordinary Least Squares: Pooled OLS)과 일반화된 최소자승법 확률효과(GLS Random Effect) 모형을 이용하여 회귀분석을 실시하였다. 통합 최소자승법은 인터넷전문은행별 개별효과가 없다고 가정하고 시점 구분없이 모든 관찰치를 통합하여 최소자승법으로 회귀분석하는 방법이다. 이와 달리 일반화된 최소자승법 확률효과모형은 오차항  $\epsilon_{it}$ 가 확률적으로 분포되어 있는 인터넷전문은행별 개별효과  $u_i$ 와 오차항  $e_{it}$ 로 구성되어

있다고 가정하고 회귀분석하는 방법이다. 한편 추정계수의 통계적 유의성을 보수적으로 해석하기 위해 설명변수와 오차항의 상관관계로 나타날 수 있는 이분산성(heteroskedasticity)을 고려하여 강건한 표준오차(robust standard errors)를 이용하였다.

회귀분석모형의 설명력을 살펴보기 위해 통합된 최소자승법, 확률효과모형, 고정효과모형을 이용하여 기본모형에 대해 총자산이익률(*ROA*)을 종속변수로 하여 차례대로 회귀분석을 실시하였다. 그 결과, 통합된 최소자승법과 확률효과모형의 회귀분석 결과는 통계적 유의성을 제외하고 추정계수의 값이 동일하게 나타났다. 또한 확률효과모형을 통해 추정된 개별효과  $u_i$ 의 표준오차가 0과 다르지 않은 것으로 나타났다. 이는 이미 회귀분석모형에서 인터넷전문은행의 설립자 유형별 개별효과를 상수항과 각 설명변수에 대한 상호작용 변수에 반영했기 때문이다.

한편 고정효과모형의  $R^2$  값이 통합된 최소자승법 및 확률효과모형과 비교해 매우 낮게 나타났다. 이는 설립자 유형에 따라 다를 수 있는 사업성과 결정요인과 같이 관찰되지 않은 고정효과 변수가 인터넷전문은행의 사업성과에 상대적으로 큰 영향을 미칠 수 있기 때문인 것으로 이해된다. 또한 기본모형의 통계적 설명력을 살펴보기 위해 기본모형, 사업모델 더미변수를 제외한 모형, 상호작용 변수도 제외한 모형에 대해 각각 확률효과모형을 이용하여 차례대로 회귀분석을 실시하였다.

<표 III-10>에서 살펴볼 수 있는 바와 같이 각 회귀분석의  $R^2$  값과 추정계수의 통계적 유의성을 종합적으로 비교할 경우 기본모형의 설명력이 다른 모형보다 높음을 알 수 있다. 따라서 본 보고서에는 기본모형에 대한 일반화된 최소자승법 확률효과모형의 추정결과를 토대로 각 추정계수에 대한 통계적 유의성을 해석하기로 한다. 참고로 연도 및 분기별 더미인 *Year*와 *Quarter*의 추정계수는 지면의 제약으로 보고하지 않았다.

<표 III-10> 회귀모형의 설명력 비교

변수	Pooled OLS	RE		FE		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>Constant</i>	-6.493 (3.380)	-6.493 (6.325)	9.514 (8.436)	19.277* (8.653)	16.562** (5.867)	23.472** (8.616)
<i>TYPE<sub>1</sub></i>	30.691*** (4.361)	30.691*** (7.156)			(omitted)	
<i>TYPE<sub>2</sub></i>	-3.904 (3.586)	-3.904 (5.279)			(omitted)	
<i>TYPE<sub>3</sub></i>	15.204*** (3.801)	15.204** (5.144)			(omitted)	
<i>TYPE<sub>4</sub></i>	74.228*** (7.581)	74.228*** (14.492)			(omitted)	
<i>lnASSETS</i>	-0.235 (0.130)	-0.235 (0.256)	-1.034 (0.610)	-0.270 (0.786)	0.393 (0.913)	-0.320 (0.810)
<i>TYPE<sub>1</sub>*lnASSETS</i>	-1.798*** (0.316)	-1.798*** (0.524)	-0.880 (0.738)		-0.483 (0.713)	
<i>TYPE<sub>2</sub>*lnASSETS</i>	0.559** (0.211)	0.559 (0.379)	0.648 (0.417)		0.766 (0.747)	
<i>TYPE<sub>3</sub>*lnASSETS</i>	-0.954*** (0.220)	-0.954** (0.337)	-0.032 (0.308)		-2.081** (0.683)	
<i>TYPE<sub>4</sub>*lnASSETS</i>	-2.489*** (0.249)	-2.489*** (0.568)	0.807 (0.637)		0.598 (0.810)	
<i>lnAGE</i>	0.438 (0.375)	0.438 (0.756)	0.518 (0.914)	0.423 (0.805)	0.333 (0.602)	0.653 (0.800)
<i>%CASH</i>	0.074** (0.027)	0.074 (0.056)	0.028 (0.063)	0.032 (0.040)	0.068* (0.033)	0.029 (0.041)
<i>%SEC</i>	0.083** (0.026)	0.083 (0.055)	0.033 (0.060)	-0.036 (0.044)	0.042 (0.042)	-0.040 (0.044)
<i>TYPE<sub>1</sub>*%SEC</i>	0.045 (0.047)	0.045 (0.091)	0.262 (0.150)		-0.051 (0.077)	
<i>TYPE<sub>2</sub>*%SEC</i>	-0.032 (0.035)	-0.032 (0.064)	-0.059 (0.072)		-0.020 (0.057)	
<i>TYPE<sub>3</sub>*%SEC</i>	-0.042 (0.026)	-0.042 (0.053)	-0.013 (0.052)		-0.035 (0.049)	
<i>TYPE<sub>4</sub>*%SEC</i>	-0.434*** (0.075)	-0.434** (0.148)	-0.027 (0.119)		-0.403** (0.049)	

&lt;표 III-10&gt; 회귀모형의 설명력 비교(계속)

변수	Pooled OLS	RE		FE		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
%LOANS	0.126*** (0.028)	0.126* (0.059)	0.076 (0.062)	0.053 (0.033)	0.073* (0.034)	0.048 (0.033)
TYPE <sub>1</sub> *%LOANS	0.008 (0.041)	0.008 (0.079)	0.202 (0.122)		-0.047 (0.096)	
TYPE <sub>2</sub> *%LOANS	-0.051 (0.030)	-0.051 (0.056)	-0.097 (0.062)		-0.026 (0.048)	
TYPE <sub>3</sub> *%LOANS	0.028 (0.022)	0.028 (0.055)	0.058 (0.059)		-0.023 (0.044)	
TYPE <sub>4</sub> *%LOANS	-0.384*** (0.053)	-0.384*** (0.080)	-0.171 (0.102)		-0.146** (0.047)	
%ALLWS	-0.090 (0.133)	-0.090 (0.152)	-0.242 (0.221)	0.094 (0.052)	-0.020 (0.177)	0.088 (0.055)
TYPE <sub>1</sub> *%ALLWS	-0.118 (0.203)	-0.118 (0.303)	0.144 (0.585)		-0.480 (0.527)	
TYPE <sub>2</sub> *%ALLWS	-0.623** (0.215)	-0.623 (0.402)	-0.353 (0.389)		-0.277 (0.606)	
TYPE <sub>3</sub> *%ALLWS	0.244 (0.137)	0.244 (0.156)	0.386 (0.214)		0.049 (0.183)	
TYPE <sub>4</sub> *%ALLWS	1.686*** (0.294)	1.686*** (0.511)	3.560*** (1.073)		0.388 (0.295)	
%PREMR	-0.478** (0.178)	-0.478 (0.217)	-0.384 (0.298)	-0.179 (0.234)	-0.022 (0.387)	-0.111 (0.259)
%DEPI	-0.015 (0.008)	-0.015 (0.014)	-0.053* (0.025)	-0.014 (0.015)	-0.002 (0.020)	-0.016 (0.016)
JOBGROWTH	0.240 (0.153)	0.240* (0.103)	0.247 (0.127)	0.134 (0.107)	0.199 (0.095)	0.139 (0.107)
N	1,542	1,542	1,542	1,542	1,542	1,542
T	81	81	81	81	81	81
i	38	38	38	38	38	38
R <sup>2</sup>	0.666	-	-	-	0.373	0.206
σ <sub>u</sub>	-	0	0	6.392	15.710	7.869
σ <sub>e</sub>	-	3.358	3.358	3.761	3.358	3.761
ρ	-	0	0	0.743	0.956	0.814
R <sup>2</sup> <sub>within</sub>	-	0.224	0.151	0.205	0.373	0.206
R <sup>2</sup> <sub>between</sub>	-	0.925	0.837	0.314	0.020	0.203
R <sup>2</sup> <sub>overall</sub>	-	0.666	0.536	0.154	0.009	0.139

주 : \*, \*\*, \*\*\*는 각각 유의수준 10%, 5%, 1%이내에서 통계적으로 유의함을 나타냄

## 다. 회귀분석 결과

### 1) 설립초기 설립자 유형이 사업성과에 미치는 영향

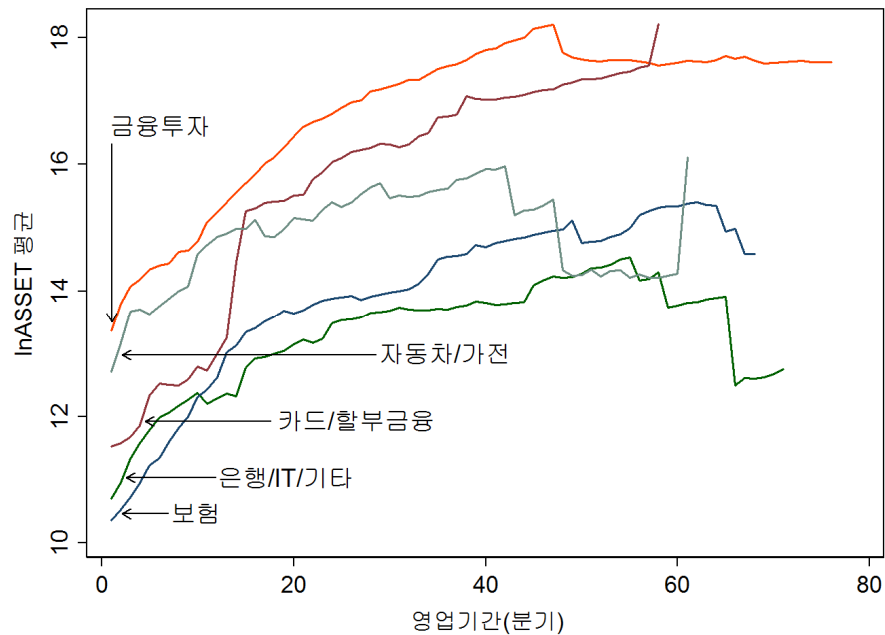
분석대상 전체에 대한 확률효과 회귀분석의 결과(<표 Ⅲ-11>)에 따르면, 설립자 유형이 설립초기 은행의 사업성과에 미치는 영향은 금융투자회사( $TYPE_1$ ), 카드사·할부금융사( $TYPE_3$ ), 자동차·가전제조회사 또는 소매·유통회사( $TYPE_4$ )로 분류된 경우가 은행·IT·기타( $TYPE_0$ ) 또는 보험회사( $TYPE_2$ )로 분류된 경우보다 큰 것으로 나타났다.

분석대상 전체를 대상으로 총자산이익률( $ROA$ )과 순영업이익( $NOI$ )을 종속변수로 하여 실시한 회귀분석의 결과(<표 Ⅲ-11>의 (1)과 (2))를 살펴보면, 각 설립자 유형을 나타내는  $TYPE_1$ ,  $TYPE_3$ ,  $TYPE_4$ 의 추정계수  $\hat{\alpha}_1$ ,  $\hat{\alpha}_3$ ,  $\hat{\alpha}_4$ 가 각각 양(+)의 값을 가지며 최대 5% 유의수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타난 반면, 상수항의 추정계수  $\hat{\alpha}_0$  및  $TYPE_2$ 의 추정계수  $\hat{\alpha}_2$ 는 음(-)의 값을 가지며 10% 유의수준에서도 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

추정계수  $\hat{\alpha}_1$ ,  $\hat{\alpha}_3$ ,  $\hat{\alpha}_4$ 의 값이 큰 것은 이들 설립자 유형이 기존 고객기반을 보유하고 있다는 특성과 무관하지 않다. 이를 살펴보기 위해 영업기간별 총자산의 자연로그 값( $\ln ASSET$ )의 평균을 설립자 유형별로 구하고 이를 비교해 보았다(<그림 Ⅲ-14>). 설립초기( $t=1$ ) 설립자 유형이 금융투자회사( $TYPE_1$ ), 카드사·할부금융사( $TYPE_3$ ), 자동차·가전제조회사 또는 소매·유통회사( $TYPE_4$ )로 분류된 인터넷전문은행의 총자산 규모가 은행·IT·기타( $TYPE_0$ ) 또는 보험회사( $TYPE_2$ )로 분류된 경우보다 높은 것을 알 수 있다. 따라서 추정계수  $\hat{\alpha}_1$ ,  $\hat{\alpha}_3$ ,  $\hat{\alpha}_4$ 가 양(+)의 값을 가지며 그 절대값이 크다면 기존 고객기반을 보유하고 있는 이들 설립자 유형이

설립초기부터 다른 설립자 유형보다 안정적인 수익을 낼 수 있다고 해석할 수 있다.

<그림 III-14> 총자산의 자연로그 값의 설립자 유형별 평균



이들 인터넷전문은행의 설립자 유형이 사업성과에 미치는 영향이 다른 설립자 유형보다 높게 나타난 이유를 살펴보기 위해 다른 사업성과 지표에 대한 추정결과도 살펴보았다. 그 이유 중에 하나는 총자산이익률(ROA)에 대한 비이자이익률(NINTM) 기여도가 상대적으로 높기 때문인 것으로 보인다(<표 III-11>의 (6)). 이는 이들 은행이 예대업무를 주목적으로 하는 은행의 사업성과 결정요인과 차별적인 요인을 갖고 있기 때문인 것으로 해석할 수 있다. 분석대상 전체를 대상으로 총자산이익률(ROA),

순영업수익(*NOI*), 순이자마진률(*NIM*), 비이자마진률(*NINTM*)을 종속변수로 하여 실시한 회귀분석의 결과를 비교해보면, 금융투자회사(*TYPE<sub>1</sub>*), 카드사·할부금융사(*TYPE<sub>3</sub>*), 자동차·가전제조회사 또는 소매·유통회사(*TYPE<sub>4</sub>*)로 분류된 인터넷전문은행이 은행·IT·기타(*TYPE<sub>0</sub>*) 또는 보험회사(*TYPE<sub>2</sub>*)로 분류된 경우보다 설립자 유형이 설립초기 비이자마진율이 은행의 사업성과에 기여하는 정도가 높은 것으로 나타났기 때문이다.

특히 금융투자회사(*TYPE<sub>1</sub>*) 또는 자동차·가전제조회사 또는 소매·유통회사(*TYPE<sub>4</sub>*)로 분류된 인터넷전문은행은 비이자수익이, 카드사·할부금융사(*TYPE<sub>3</sub>*)로 분류된 인터넷전문은행은 비이자비용이 은행의 사업성과에 미치는 기여도가 높은 것으로 나타난다. 이는 금융투자회사(*TYPE<sub>1</sub>*) 또는 자동차·가전제조회사 또는 소매·유통회사(*TYPE<sub>4</sub>*)로 분류된 인터넷전문은행의 경우 설립자 유형이 보유한 고객기반의 특성이 이자수익보다는 수수료수익을 증대시키는 역할을 하기 때문이며, 카드사·할부금융사(*TYPE<sub>3</sub>*)로 분류된 인터넷전문은행의 경우 설립자 유형이 보유한 고객기반의 특성이 비이자비용을 절감시키기 때문이다.

이처럼 비이자이익률이 설립자 유형의 영향을 받고 은행의 사업성과에도 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타난 것은 금융투자회사(*TYPE<sub>1</sub>*), 카드사·할부금융사(*TYPE<sub>3</sub>*), 자동차·가전제조회사 또는 소매·유통회사(*TYPE<sub>4</sub>*)로 분류된 인터넷전문은행의 사업성과 결정요인이 은행·IT·기타(*TYPE<sub>0</sub>*) 또는 보험회사(*TYPE<sub>2</sub>*)로 분류된 인터넷전문은행의 것과 차별적이기 때문일 수 있다.

한편 분석대상 전체를 대상으로 각각 순이자마진율(*NIM*)과 이자수익률(*INTINC*)을 종속변수로 하여 실시한 회귀분석의 결과(<표 III-11>의 (3)과 (4))를 살펴보면, 상수항의 추정계수  $\hat{\alpha}_0$ 은 양(+)의 값을 가지며 최대 10% 유의수준에서 통계적으로 유의한 반면, *TYPE<sub>1</sub>*, *TYPE<sub>2</sub>*, *TYPE<sub>3</sub>*,

$TYPE_4$ 의 추정계수  $\hat{\alpha}_1, \hat{\alpha}_2, \hat{\alpha}_3, \hat{\alpha}_4$ 이 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 또한 각 설립자 유형별  $\ln ASSET$ 의 추정계수  $\hat{\beta}_0, \hat{\beta}_1, \hat{\beta}_2, \hat{\beta}_3, \hat{\beta}_4$ 도 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이는 설립자 유형이 설립초기 각 인터넷전문은행의 순이자마진과 이자수익에 직접적으로 영향을 미치지 못하기 때문일 수 있다.

다만 분석대상 전체를 대상으로 이자비용률( $INTEXP$ )을 종속변수로 하여 실시한 회귀분석의 결과(<표 III-11>의 (5))를 살펴보면, 상수항의 추정계수  $\hat{\alpha}_0$ 은 통계적으로 유의하지 않으나  $TYPE_1$ 과  $TYPE_4$ 의 추정계수  $\hat{\alpha}_1$  과  $\hat{\alpha}_4$ 가 양(+)의 값을 가지며 최대 10% 유의수준에서 통계적으로 유의하고,  $\ln ASSET$ 과  $T_1 * \ln ASSET$ 의 추정계수  $\hat{\beta}_0$ 와  $\hat{\beta}_1$ 가 최대 10% 유의수준에서 통계적으로 유의하고  $\hat{\beta}_0 > 0, \hat{\beta}_1 < 0, |\hat{\beta}_0| < |\hat{\beta}_1|$ 이며,  $T_2 * \ln ASSET, T_3 * \ln ASSET, T_4 * \ln ASSET$ 의 추정계수  $\hat{\beta}_2, \hat{\beta}_3, \hat{\beta}_4$ 가 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타난 점을 고려할 때, 자동차·가전제조회사 또는 소매·유통회사( $TYPE_4$ )로 분류된 인터넷전문은행이 다른 설립자 유형으로 분류된 경우보다 더 많은 이자비용을 지불한 것으로 보인다. 이는 상대적으로 금리탄력성이 낮은 고객을 대상으로 대출을 취급하면서 다른 설립자 유형의 인터넷전문은행보다 높은 수신금리를 제공할 수 있기 때문으로 해석된다.

이처럼 설립자 유형이 금융투자회사( $TYPE_1$ ), 카드사·할부금융사( $TYPE_3$ ), 자동차·가전제조회사 또는 소매·유통회사( $TYPE_4$ )로 분류된 경우 설립자 유형에 대변하는 사업성과 결정요인이 은행·IT·기타( $TYPE_0$ ) 또는 보험회사( $TYPE_2$ )로 분류된 경우와 달리 사업성과에 긍정적인 영향을 미친 것은 이들 인터넷전문은행이 기존 고객기반을 토대로 차별적인 은행서비스를 제공할 수 있었기 때문인 것으로 해석할 수 있다.

<표 III-11> 분석대상 전체에 대한 확률효과 회귀분석 결과

변수	ROA (1)	NOI (2)	NIM (3)	INTINC (4)
<i>Constant</i>	-6.493 (6.325)	-4.770 (6.309)	9.311* (3.955)	8.340** (3.220)
<i>TYPE<sub>1</sub></i>	30.691*** (7.156)	31.753*** (7.021)	-3.529 (3.510)	1.217 (2.980)
<i>TYPE<sub>2</sub></i>	-3.904 (5.279)	-4.975 (5.382)	-4.786 (4.685)	-6.241 (4.272)
<i>TYPE<sub>3</sub></i>	15.204** (5.144)	14.627** (5.046)	-2.893 (5.715)	-2.053 (5.022)
<i>TYPE<sub>4</sub></i>	74.228*** (14.492)	80.959*** (14.987)	-7.701 (7.780)	-2.023 (7.449)
<i>lnASSETS</i>	-0.235 (0.256)	-0.306 (0.254)	-0.047 (0.335)	0.111 (0.288)
<i>TYPE<sub>1</sub>*lnASSETS</i>	-1.798*** (0.524)	-1.714** (0.521)	0.398 (0.292)	-0.362 (0.197)
<i>TYPE<sub>2</sub>*lnASSETS</i>	0.559 (0.379)	0.612 (0.379)	-0.148 (0.278)	-0.06 (0.251)
<i>TYPE<sub>3</sub>*lnASSETS</i>	-0.954** (0.337)	-0.939** (0.338)	-0.198 (0.361)	-0.119 (0.321)
<i>TYPE<sub>4</sub>*lnASSETS</i>	-2.489*** (0.568)	-2.713*** (0.556)	0.070 (0.525)	-0.037 (0.536)
<i>lnAGE</i>	0.438 (0.756)	0.581 (0.778)	0.809* (0.323)	1.311*** (0.363)
<i>%CASH</i>	0.074 (0.056)	0.069 (0.056)	0.009 (0.023)	0.023 (0.020)
<i>%SEC</i>	0.083 (0.055)	0.082 (0.055)	-0.072** (0.027)	-0.055* (0.024)
<i>TYPE<sub>1</sub>*%SEC</i>	0.045 (0.091)	0.014 (0.093)	-0.014 (0.040)	0.066* (0.032)
<i>TYPE<sub>2</sub>*%SEC</i>	-0.032 (0.064)	-0.029 (0.065)	0.098* (0.039)	0.089* (0.040)
<i>TYPE<sub>3</sub>*%SEC</i>	-0.042 (0.053)	-0.046 (0.054)	0.087* (0.041)	0.076* (0.036)
<i>TYPE<sub>4</sub>*%SEC</i>	-0.434** (0.148)	-0.474** (0.152)	0.224*** (0.038)	0.164*** (0.034)

&lt;표 III-11&gt; 분석대상 전체에 대한 확률효과 회귀분석 결과(계속)

변수	ROA (1)	NOI (2)	NIM (3)	INTINC (4)
%LOANS	0.126* (0.059)	0.119* (0.059)	-0.028 (0.014)	-0.007 (0.015)
TYPE <sub>1</sub> *%LOANS	0.008 (0.079)	-0.012 (0.079)	-0.061 (0.031)	0.016 (0.029)
TYPE <sub>2</sub> *%LOANS	-0.051 (0.056)	-0.042 (0.057)	0.057 (0.029)	0.053 (0.033)
TYPE <sub>3</sub> *%LOANS	0.028 (0.055)	0.039 (0.054)	0.098*** (0.022)	0.071** (0.024)
TYPE <sub>4</sub> *%LOANS	-0.384*** (0.080)	-0.418*** (0.075)	0.031 (0.035)	-0.004 (0.036)
%ALLWS	-0.090 (0.152)	-0.085 (0.151)	0.376*** (0.104)	0.389*** (0.098)
TYPE <sub>1</sub> *%ALLWS	-0.118 (0.303)	-0.275 (0.332)	-0.365 (0.155)	-0.151 (0.132)
TYPE <sub>2</sub> *%ALLWS	-0.623 (0.402)	-0.74 (0.415)	-0.193 (0.175)	-0.137 (0.197)
TYPE <sub>3</sub> *%ALLWS	0.244 (0.156)	0.244 (0.154)	-0.282** (0.108)	-0.318*** (0.102)
TYPE <sub>4</sub> *%ALLWS	1.686*** (0.511)	1.385*** (0.496)	1.881*** (0.414)	1.699*** (0.426)
%PREM	-0.478* (0.217)	-0.529* (0.21)	-0.474*** (0.108)	-0.443*** (0.126)
%DEPI	-0.015 (0.014)	-0.017 (0.014)	-0.003 (0.008)	0.014 (0.008)
JOBGROWTH	0.240* (0.103)	0.226* (0.104)	0.030 (0.072)	0.123 (0.064)
N	1,542	1,542	1,542	1,542
T	77	77	77	77
i	38	38	38	38
$\sigma_u$	0	0	0	0
$\sigma_e$	3.358	3.235	2.051	2.315
$\rho$	0	0	0	0
R <sup>2</sup> <sub>within</sub>	0.224	0.234	0.076	0.169
R <sup>2</sup> <sub>between</sub>	0.925	0.925	0.836	0.813
R <sup>2</sup> <sub>overall</sub>	0.666	0.675	0.51	0.516

주 : \*, \*\*, \*\*\*는 각각 유의수준 10%, 5%, 1%이내에서 통계적으로 유의함을 나타냄

<표 III-11> 분석대상 전체에 대한 확률효과 회귀분석 결과(계속)

변수	<i>INTEXP</i> (5)	<i>NINTM</i> (6)	<i>NINTINC</i> (7)	<i>NINTEXP</i> (8)
<i>Constant</i>	-0.971 (1.164)	-13.468 (9.843)	-12.746 (15.333)	0.722 (7.739)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub>	4.746* (1.909)	45.495** (15.826)	38.221 (21.753)	-7.274 (8.897)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub>	-1.455 (1.044)	-4.667 (4.688)	15.744 (13.131)	20.411 (11.275)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub>	0.840 (1.760)	18.591** (6.830)	-7.411 (13.073)	-26.002* (10.524)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub>	5.678*** (1.678)	123.561*** (21.373)	181.708*** (31.053)	58.148*** (13.251)
<i>lnASSETS</i>	0.157* (0.073)	-0.372 (0.353)	-0.837 (0.465)	-0.465 (0.422)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub> * <i>lnASSETS</i>	-0.760*** (0.185)	-2.074* (0.858)	-1.656 (1.060)	0.418 (0.484)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub> * <i>lnASSETS</i>	0.088 (0.095)	0.600 (0.311)	-0.784 (0.802)	-1.385 (0.742)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub> * <i>lnASSETS</i>	0.078 (0.094)	-1.038* (0.410)	0.614 (0.858)	1.653* (0.719)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub> * <i>lnASSETS</i>	-0.107 (0.095)	-4.137*** (0.988)	-6.237*** (1.548)	-2.099** (0.774)
<i>lnAGE</i>	0.502*** (0.150)	1.338 (1.142)	3.415* (1.475)	2.078** (0.654)
<i>%CASH</i>	0.014 (0.008)	0.083 (0.054)	0.037 (0.071)	-0.047 (0.038)
<i>%SEC</i>	0.016* (0.008)	0.156** (0.052)	0.010 (0.067)	-0.146*** (0.044)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub> * <i>%SEC</i>	0.080*** (0.022)	-0.082 (0.091)	-0.008 (0.105)	0.074 (0.077)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub> * <i>%SEC</i>	-0.009 (0.011)	-0.021 (0.050)	0.134* (0.060)	0.155* (0.077)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub> * <i>%SEC</i>	-0.011 (0.016)	-0.101 (0.073)	-0.078 (0.095)	0.023 (0.049)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub> * <i>%SEC</i>	-0.060*** (0.013)	-0.865*** (0.188)	-0.810*** (0.221)	0.055 (0.084)

<표 III-11> 분석대상 전체에 대한 확률효과 회귀분석 결과(계속)

변수	<i>INTEXP</i> (5)	<i>NINTM</i> (6)	<i>NINTINC</i> (7)	<i>NINTEXP</i> (8)
<i>%LOANS</i>	0.020** (0.007)	0.168** (0.061)	0.074 (0.084)	-0.094* (0.041)
<i>TYPE<sub>1</sub>*%LOANS</i>	0.077*** (0.019)	-0.064 (0.094)	-0.101 (0.114)	-0.037 (0.071)
<i>TYPE<sub>2</sub>*%LOANS</i>	-0.004 (0.010)	-0.046 (0.044)	-0.042 (0.058)	0.004 (0.046)
<i>TYPE<sub>3</sub>*%LOANS</i>	-0.027* (0.011)	0.028 (0.049)	0.089 (0.060)	0.061 (0.034)
<i>TYPE<sub>4</sub>*%LOANS</i>	-0.035** (0.014)	-0.600*** (0.066)	-0.906*** (0.105)	-0.306*** (0.086)
<i>%ALLWS</i>	0.012 (0.028)	-0.465** (0.178)	0.310 (0.208)	0.775*** (0.136)
<i>TYPE<sub>1</sub>*%ALLWS</i>	0.214** (0.076)	-0.217 (0.425)	-0.427 (0.420)	-0.210 (0.251)
<i>TYPE<sub>2</sub>*%ALLWS</i>	0.056 (0.071)	-0.631 (0.602)	-1.860* (0.754)	-1.229 (0.762)
<i>TYPE<sub>3</sub>*%ALLWS</i>	-0.036 (0.030)	0.666*** (0.187)	-0.074 (0.225)	-0.740*** (0.135)
<i>TYPE<sub>4</sub>*%ALLWS</i>	-0.183*** (0.040)	1.516 (0.788)	3.500** (1.119)	1.985*** (0.481)
<i>%PREM</i>	0.031 (0.050)	0.097 (1.240)	2.932 (1.720)	2.836*** (0.700)
<i>%DEPI</i>	0.017*** (0.004)	-0.047 (0.025)	-0.058 (0.033)	-0.011 (0.015)
<i>JOBGROWTH</i>	0.094** (0.031)	0.073 (0.099)	0.386* (0.195)	0.313 (0.171)
<i>N</i>	1,542	1,342	1,342	1,342
<i>T</i>	77	77	77	77
<i>i</i>	38	38	38	38
$\sigma_u$	0	0	0	0
$\sigma_e$	0.872	4.079	5.148	2.811
$\rho$	0	0	0	0
$R^2_{\text{within}}$	0.619	0.324	0.225	0.24
$R^2_{\text{between}}$	0.709	0.835	0.885	0.926
$R^2_{\text{overall}}$	0.666	0.721	0.829	0.795

주 : \*, \*\*, \*\*\*는 각각 유의수준 10%, 5%, 1%이내에서 통계적으로 유의함을 나타냄

## 2) 설립자 유형별 자금운용 전략이 사업성과에 미치는 영향

분석대상 전체를 대상으로 각 종속변수에 대한 회귀분석의 결과(<표 III-11>)를 비교해 보면, 설립자 유형별 자금운용 전략의 차이가 각 사업모델의 특성에 따라 은행의 사업성과에 다르게 영향을 미칠 수 있음을 보여준다. 자금운용 전략의 차이가 총자산이익률에 미치는 영향은 직접적으로 나타나지 않지만, 각 사업모델의 특성에 따라 순이자마진률, 이자수익률, 이자비용률, 비이자이익률 등에 각각 통계적으로 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타난다.

설립자 유형이 은행·IT·기타( $TYPE_0$ )로 분류된 인터넷전문은행의 경우 유가증권비중(% $SEC$ )이 총자산이익률( $ROA$ )에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않으나, 유가증권비중(% $SEC$ )이 높을수록 순이자마진률( $NIM$ )은 5% 유의수준에서 감소하고, 비이자이익률( $NINTM$ )은 5% 유의수준에서 증가하는 것으로 나타났다. 또한 이들 은행의 경우 대출자산비중(% $LOANS$ )이 높을수록 10% 유의수준에서 총자산이익률( $ROA$ )은 증가하나, 대출자산비중(% $LOANS$ )이 순이자마진율( $NIM$ )에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않으며, 대출자산비중(% $LOANS$ )이 높을수록 5% 유의수준에서 비이자이익률( $NINTM$ )이 증가하는 것으로 나타났다. 이는 대출자산비중이 증가할수록 비이자영업비용이 감소하기 때문인데, 이들 은행이 고객기반을 확보하게 되면서 마케팅비용 등을 절감할 수 있었기 때문인 것으로 보인다. 한편 이들 은행의 경우 대손충당금비율(% $ALLOWS$ )이 높을수록 1% 유의수준에서 순이자마진율( $NIM$ )이 증가하나, 그만큼 1% 유의수준에서 비이자이익률( $NINTM$ )이 감소해, 대손충당금비율(% $ALLOWS$ )이 순영업이익률( $NOI$ ) 및 총자산이익률( $ROA$ )에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

설립자 유형이 금융투자회사( $TYPE_1$ )로 분류된 인터넷전문은행의 경우 자금운용 전략의 차이가 총자산이익률( $ROA$ )에 미치는 영향은 통계적으로

유의하지 않으나, 유가증권비중(%*SEC*)이 높아질수록 최대 10% 유의수준에서 설립자 유형이 은행·IT·기타(*TYPE*<sub>0</sub>)로 분류된 경우보다 이자수익률(*INTINC*)와 이자비용률(*INTEXP*)이 높아지고, 순이자마진(*NIM*)에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 또한 이들 은행의 경우 대출자산비중(%*LOANS*)과 대손충당금비율(%*ALLOWS*)이 높아질수록 최대 5% 유의수준에서 설립자 유형이 은행·IT·기타(*TYPE*<sub>0</sub>)로 분류된 경우보다 이자비용률(*INTEXP*)이 높아지는 것으로 나타났다. 즉 설립자 유형이 금융투자회사(*TYPE*<sub>1</sub>)로 분류된 인터넷전문은행이 유가증권으로 자금을 운용할 경우 설립자 유형이 은행·IT·기타(*TYPE*<sub>0</sub>)로 분류된 경우보다 이자수익은 좋으나 그만큼 이자비용도 발생해 순이자마진에 미치는 영향은 없으며, 대출로 자금을 운용할 경우 설립자 유형이 은행·IT·기타(*TYPE*<sub>0</sub>)로 분류된 경우보다 이자비용이 더 발생할 수 있음을 나타낸다. 또한 대손충당금비율(%*ALLOWS*)이 높을수록 설립자 유형이 은행·IT·기타(*TYPE*<sub>0</sub>)로 분류된 경우보다 순이자마진이 낮아지는 것으로 나타났다.

설립자 유형이 보험회사(*TYPE*<sub>2</sub>)로 분류된 인터넷전문은행의 경우 자금운용 전략의 차이가 총자산이익률(*ROA*)에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않으며, 유가증권비중(%*SEC*)이 높을수록 10% 유의수준에서 설립자 유형이 은행·IT·기타(*TYPE*<sub>0</sub>)로 분류된 경우보다 순이자마진률(*NIM*)이 높아지고, 대출자산비중(%*LOANS*)이 높을수록 설립자 유형이 은행·IT·기타(*TYPE*<sub>0</sub>)로 분류된 경우보다 순이자마진률(*NIM*)에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타났다. 이는 이들 은행의 예대비율이 설립자 유형이 은행·IT·기타(*TYPE*<sub>0</sub>)로 분류된 경우보다 낮은 것과 연관이 있다. 특히 이들 은행은 대출고객을 확보하는데 어려움이 있었던 것으로 해석할 수 있다. 이 때문에 예대비율이 낮고 유가증권비중이 상대적으로 높은 것으로 파악된다.

설립자 유형이 카드사·할부금융사( $TYPE_3$ )로 분류된 인터넷전문은행의 경우 자금운용 전략의 차이가 총자산이익률( $ROA$ )에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않으며, 유가증권비중( $\%SEC$ )과 대출자산비중( $\%LOANS$ )이 높을수록 최대 10% 유의수준에서 설립자 유형이 은행·IT·기타( $TYPE_0$ )로 분류된 경우보다 순이자마진율( $NIM$ )이 높아지나, 대손충당금비율( $\%ALLWS$ )이 높을수록 최대 5% 유의수준에서 설립자 유형이 은행·IT·기타( $TYPE_0$ )로 분류된 경우보다 순이자마진률( $NIM$ )이 낮아지는 대신에 비이자이익률( $NINTM$ )은 더 큰 폭으로 증가하는 것으로 나타났다. 이는 고객기반 확대를 위해 대출금리를 낮출 경우 신용도가 낮은 고객에게 더 많은 대출을 취급하게 되고 이에 따라 순이자마진은 낮아질 수 있는 반면, 고객기반 확대로 규모의 경제 효과가 발생해 비이자이익률이 개선될 수 있음을 시사한다.

설립자 유형이 자동차·가전제조회사 또는 소매·유통회사( $TYPE_4$ )로 분류된 인터넷전문은행의 경우 자금운용 전략의 차이가 총자산이익률( $ROA$ )에 최대 5% 유의수준에서 다른 설립자 유형과 달리 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 유가증권비중( $\%SEC$ )과 대출자산비중( $\%LOANS$ )이 높을수록 5% 유의수준에서 설립자 유형이 은행·IT·기타( $TYPE_0$ )로 분류된 경우보다 총자산이익률( $ROA$ )이 감소하고, 대손충당금비율( $\%ALLWS$ )이 높을수록 1% 유의수준에서 설립자 유형이 은행·IT·기타( $TYPE_0$ )로 분류된 경우보다 총자산이익률( $ROA$ )이 상대적으로 높게 증가하는 것으로 나타났다. 특히 이들 은행의 경우 유가증권비중( $\%SEC$ )이 높을수록 1% 유의수준에서 설립자 유형이 은행·IT·기타( $TYPE_0$ )로 분류된 경우보다 순이자마진률( $NIM$ )이 높아지나 비이자이익률( $NINTM$ )이 더 큰 폭으로 감소해 총자산이익률( $ROA$ )이 낮아지는 것으로 나타났다. 이는 유가증권비중( $\%SEC$ )이 높을수록 비이자수익 기회가 낮아지기 때문인 것으로 보인다. 또한 이들 은행의 경우 대손충당금비율( $\%ALLWS$ )이

높을수록 1% 유의수준에서 설립자 유형이 은행·IT·기타( $TYPE_0$ )로 분류된 경우보다 순이자마진률( $NIM$ )이 큰 폭으로 증가하는 것으로 나타났다. 이는 금리탄력성이 낮은 고객을 대상으로 대출을 많이 취급할수록 이들 은행의 사업성과가 좋아지기 때문이다.

이처럼 자금운용 전략의 차이가 여러 경로를 통해 인터넷전문은행의 사업성과에 다르게 영향을 미친다면, 금리경쟁보다는 서비스경쟁을 촉진시키는 인터넷전문은행이 안정적으로 사업성과를 실현할 가능성이 높다고 해석할 수 있다.

### 3) 설립자 유형이 사업성과에 미치는 영향의 지속성

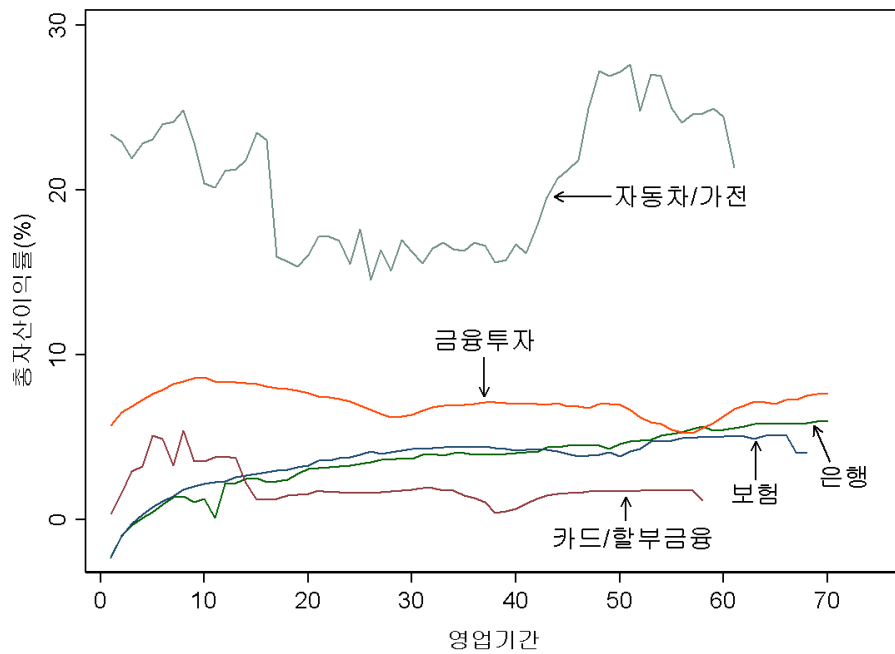
인터넷전문은행이 계속 생존할 경우 설립초기 나타나는 설립자 유형별 사업성과의 차이가 지속적인지를 살펴보기 위해 분석대상중 생존은행만을 대상으로 회귀분석을 실시(<표 III-12>)하였다. 그 결과를 토대로 <그림 III-15>과 같이 각 설명변수의 설립자 유형별 평균을 대입하여 설립자 유형별 총자산이익률( $ROA$ )을 영업기간에 따라 살펴보았다.

설립자 유형이 은행·IT·기타( $TYPE_0$ ) 또는 보험회사( $TYPE_2$ )로 분류된 인터넷전문은행의 경우 설립초기에는 총자산이익률이 음(-)의 값을 갖다가 고객기반을 확보하고 생존에 성공하면서 점차적으로 안정적인 사업성과를 실현하는 것으로 나타난다. 이는 DeYoung(2001; 2002; 2005)이 제시한 신설 은행의 사업성과와 유사한 경로를 따른다. 기존 고객기반 없이 설립된 은행은 기존 은행과 경쟁하면서 고객기반 확보를 해야 하기 때문에 설립초기 적자를 실현하는 것이 일반적이나 점차적으로 고객기반을 확보하면서 흑자를 안정적으로 실현할 수 있다는 것이다.

이와 달리 설립자 유형이 금융투자회사( $TYPE_2$ ) 또는 자동차·가전 및 소매·유통( $TYPE_4$ )으로 분류된 인터넷전문은행의 경우 설립초기부터

총자산이익률이 양(+)의 값을 가지며 기존 고객기반의 특성을 활용하여 은행·IT·기타(*TYPE*<sub>0</sub>) 또는 보험회사(*TYPE*<sub>2</sub>)로 분류된 인터넷전문은행보다 지속적으로 높은 사업성과를 실현하는 것으로 나타났다. 다만 설립자 유형이 카드사·할부금융사(*TYPE*<sub>3</sub>)로 분류된 인터넷전문은행의 경우 설립초기 은행·IT·기타(*TYPE*<sub>0</sub>) 또는 보험회사(*TYPE*<sub>2</sub>)로 분류된 인터넷전문은행보다 높은 사업성과를 실현하다가 점차적으로 이들 은행보다 낮은 사업성과를 실현하는 것으로 나타났다. 이는 카드사·할부금융사(*TYPE*<sub>3</sub>)로 분류된 인터넷전문은행간 사업성과 격차가 크기 때문에 평균적으로 낮게 계산된 것으로 파악된다.

<그림 III-15> 생존은행의 설립자 유형별 총자산이익률 지속성



&lt;표 III-12&gt; 생존은행에 대한 확률효과 회귀분석 결과

변수	ROA (1)	NOI (2)	NIM (3)	INTINC (4)
<i>Constant</i>	-3.624 (4.317)	-1.497 (3.841)	7.911 (4.280)	5.017 (4.092)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub>	27.131*** (8.137)	28.003*** (7.654)	-2.049 (4.622)	2.719 (4.322)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub>	-7.644 (4.416)	-7.874 (4.399)	-3.879 (3.844)	-5.657 (3.673)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub>	14.191** (4.489)	13.789** (4.750)	-1.129 (5.499)	-0.611 (5.255)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub>	58.227*** (11.774)	65.554*** (12.584)	-7.636 (7.664)	-0.727 (8.035)
<i>lnASSETS</i>	-0.268 (0.265)	-0.330 (0.292)	0.137 (0.264)	0.336 (0.238)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub> * <i>lnASSETS</i>	-1.403** (0.526)	-1.314** (0.481)	0.234 (0.341)	-0.595* (0.254)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub> * <i>lnASSETS</i>	0.632 (0.371)	0.625 (0.386)	-0.325 (0.218)	-0.161 (0.204)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub> * <i>lnASSETS</i>	-1.047** (0.359)	-1.042** (0.389)	-0.335 (0.309)	-0.277 (0.292)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub> * <i>lnASSETS</i>	-2.085** (0.547)	-2.340*** (0.546)	-0.009 (0.488)	-0.199 (0.539)
<i>lnAGE</i>	1.997* (0.825)	2.237** (0.848)	1.057*** (0.271)	1.442*** (0.321)
<i>%CASH</i>	0.010 (0.035)	0.001 (0.035)	0.008 (0.022)	0.024 (0.020)
<i>%SEC</i>	0.011 (0.034)	0.007 (0.032)	-0.109*** (0.029)	-0.084** (0.031)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub> * <i>%SEC</i>	0.000 (0.083)	-0.030 (0.081)	0.024 (0.051)	0.102* (0.044)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub> * <i>%SEC</i>	-0.028 (0.057)	-0.029 (0.054)	0.142*** (0.043)	0.113* (0.047)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub> * <i>%SEC</i>	-0.034 (0.050)	-0.037 (0.051)	0.118** (0.046)	0.101* (0.043)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub> * <i>%SEC</i>	-0.361*** (0.105)	-0.405*** (0.109)	0.258*** (0.038)	0.187*** (0.036)

<표 III-12> 생존은행에 대한 확률효과 회귀분석 결과(계속)

변수	ROA (1)	NOI (2)	NIM (3)	INTINC (4)
%LOANS	0.026 (0.039)	0.014 (0.035)	-0.036 (0.026)	-0.023 (0.026)
TYPE <sub>1</sub> *%LOANS	-0.030 (0.093)	-0.049 (0.091)	-0.065 (0.040)	0.029 (0.037)
TYPE <sub>2</sub> *%LOANS	-0.016 (0.053)	-0.007 (0.052)	0.067 (0.038)	0.060 (0.041)
TYPE <sub>3</sub> *%LOANS	0.073 (0.050)	0.084 (0.049)	0.096** (0.030)	0.079* (0.032)
TYPE <sub>4</sub> *%LOANS	-0.257*** (0.070)	-0.291*** (0.065)	0.038 (0.041)	0.006 (0.039)
%ALLWS	-0.385** (0.146)	-0.373* (0.150)	0.632*** (0.151)	0.662*** (0.141)
TYPE <sub>1</sub> *%ALLWS	-0.224 (0.339)	-0.417 (0.358)	-0.505** (0.175)	-0.283 (0.159)
TYPE <sub>2</sub> *%ALLWS	-0.151 (0.424)	-0.243 (0.426)	-0.382 (0.201)	-0.385 (0.229)
TYPE <sub>3</sub> *%ALLWS	0.482*** (0.142)	0.470** (0.145)	-0.550*** (0.165)	-0.599*** (0.153)
TYPE <sub>4</sub> *%ALLWS	1.694** (0.553)	1.385** (0.453)	1.626*** (0.399)	1.465*** (0.369)
%PREM	0.696 (1.289)	0.551 (1.177)	-0.377 (0.283)	-0.519 (0.486)
%DEPI	-0.029* (0.014)	-0.032* (0.014)	-0.003 (0.008)	0.012 (0.008)
JOBGROWTH	0.210* (0.099)	0.175 (0.099)	0.093 (0.070)	0.146* (0.064)
N	1220	1220	1220	1220
T	76	76	76	76
i	24	24	24	24
σ <sub>u</sub>	0	0	0	0
σ <sub>e</sub>	3.162	2.977	2.186	2.51
ρ	0	0	0	0
R <sup>2</sup> <sub>within</sub>	0.357	0.385	0.11	0.17
R <sup>2</sup> <sub>between</sub>	0.935	0.933	0.935	0.926
R <sup>2</sup> <sub>overall</sub>	0.717	0.735	0.568	0.554

주 : \*, \*\*, \*\*\*는 각각 유의수준 10%, 5%, 1%이내에서 통계적으로 유의함을 나타냄

&lt;표 III-12&gt; 생존은행에 대한 확률효과 회귀분석 결과(계속)

변수	<i>INTEXP</i> (5)	<i>NINTM</i> (6)	<i>NINTINC</i> (7)	<i>NINTEXP</i> (8)
<i>Constant</i>	-2.894 (1.774)	-19.669** (7.554)	-8.363 (12.798)	11.306 (8.699)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub>	4.768 (2.535)	43.186** (15.689)	36.581 (22.966)	-6.605 (13.739)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub>	-1.778 (1.049)	-1.567 (5.948)	6.083 (13.225)	7.650 (10.218)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub>	0.519 (1.579)	23.465** (8.452)	-2.317 (15.774)	-25.783* (11.858)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub>	6.909** (2.115)	106.207*** (21.617)	152.715*** (28.446)	46.508*** (13.486)
<i>lnASSETS</i>	0.199*** (0.046)	-0.277 (0.375)	-0.656 (0.462)	-0.379 (0.474)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub> * <i>lnASSETS</i>	-0.830** (0.271)	-1.756** (0.654)	-1.635 (1.075)	0.120 (0.825)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub> * <i>lnASSETS</i>	0.164* (0.081)	0.461 (0.433)	-0.319 (0.928)	-0.780 (0.767)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub> * <i>lnASSETS</i>	0.058 (0.081)	-1.303* (0.523)	0.334 (1.022)	1.637* (0.822)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub> * <i>lnASSETS</i>	-0.190 (0.120)	-3.579*** (1.030)	-5.207*** (1.483)	-1.628* (0.784)
<i>lnAGE</i>	0.385** (0.136)	2.448 (1.280)	4.458** (1.616)	2.010 (0.617)
<i>%CASH</i>	0.015 (0.010)	0.051 (0.056)	0.026 (0.086)	-0.025 (0.048)
<i>%SEC</i>	0.026** (0.009)	0.140** (0.054)	-0.009 (0.088)	-0.149* (0.060)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub> * <i>%SEC</i>	0.078* (0.033)	-0.127 (0.116)	0.013 (0.136)	0.140 (0.092)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub> * <i>%SEC</i>	-0.028** (0.009)	-0.063 (0.049)	0.198** (0.066)	0.261*** (0.040)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub> * <i>%SEC</i>	-0.017 (0.014)	-0.127 (0.076)	-0.091 (0.099)	0.036 (0.051)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub> * <i>%SEC</i>	-0.071*** (0.011)	-0.811*** (0.144)	-0.705*** (0.170)	0.105 (0.083)

<표 III-12> 생존은행에 대한 확률효과 회귀분석 결과(계속)

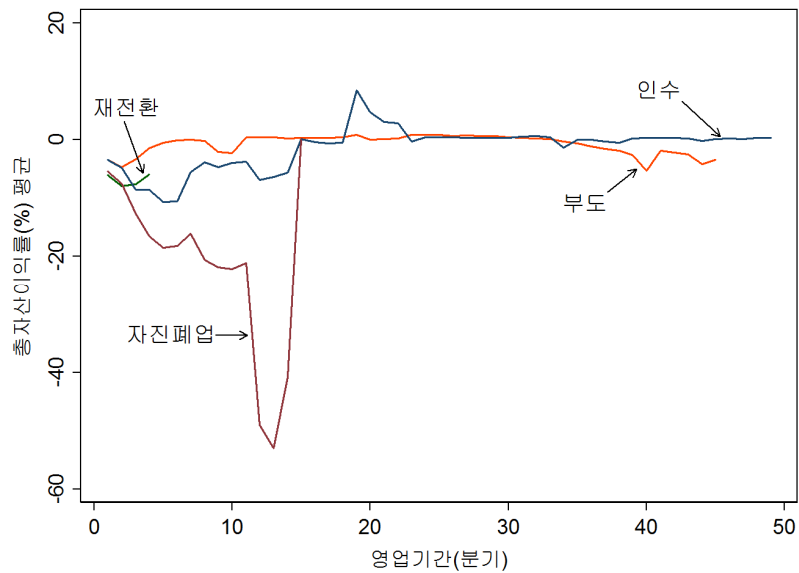
변수	<i>INTEXP</i> (5)	<i>NINTM</i> (6)	<i>NINTINC</i> (7)	<i>NINTEXP</i> (8)
<i>%LOANS</i>	0.013 (0.012)	0.119 (0.073)	0.039 (0.095)	-0.079 (0.058)
<i>TYPE<sub>1</sub>*%LOANS</i>	0.094*** (0.025)	-0.096 (0.130)	-0.103 (0.144)	-0.007 (0.081)
<i>TYPE<sub>2</sub>*%LOANS</i>	-0.008 (0.008)	-0.038 (0.058)	-0.008 (0.069)	0.030 (0.038)
<i>TYPE<sub>3</sub>*%LOANS</i>	-0.017 (0.011)	0.041 (0.062)	0.097 (0.066)	0.056 (0.037)
<i>TYPE<sub>4</sub>*%LOANS</i>	-0.032* (0.014)	-0.473*** (0.099)	-0.731*** (0.120)	-0.258** (0.091)
<i>%ALLWS</i>	0.029 (0.029)	-0.408* (0.190)	0.427 (0.235)	0.835*** (0.168)
<i>TYPE<sub>1</sub>*%ALLWS</i>	0.222* (0.112)	-0.507 (0.520)	-0.410 (0.516)	0.098 (0.296)
<i>TYPE<sub>2</sub>*%ALLWS</i>	-0.003 (0.073)	-0.409 (0.524)	-2.247*** (0.555)	-1.838* (0.719)
<i>TYPE<sub>3</sub>*%ALLWS</i>	-0.048 (0.031)	0.577** (0.180)	-0.210 (0.236)	-0.787*** (0.164)
<i>TYPE<sub>4</sub>*%ALLWS</i>	-0.160* (0.062)	0.913 (0.691)	2.532* (1.049)	1.619** (0.493)
<i>%PREM</i>	-0.143 (0.239)	2.655 (2.235)	7.236** (2.662)	4.581*** (0.840)
<i>%DEPI</i>	0.016*** (0.004)	-0.045* (0.023)	-0.055 (0.033)	-0.010 (0.015)
<i>JOBGROWTH</i>	0.053* (0.024)	0.075 (0.097)	0.459* (0.220)	0.385 (0.210)
<i>N</i>	1220	1114	1114	1114
<i>T</i>	76	76	76	76
<i>i</i>	24	24	24	24
$\sigma_u$	0.000	0	0.000	0.000
$\sigma_e$	0.847	4.032	5.152	2.665
$\rho$	0	0	0	0
$R^2_{\text{within}}$	0.648	0.407	0.341	0.318
$R^2_{\text{between}}$	0.909	0.954	0.968	0.939
$R^2_{\text{overall}}$	0.700	0.763	0.858	0.831

주 : \*, \*\*, \*\*\*는 각각 유의수준 10%, 5%, 1%이내에서 통계적으로 유의함을 나타냄

#### 4) 퇴출은행의 퇴출사유 추정

퇴출은행의 퇴출사유를 살펴보기 위해 분석대상중 퇴출은행만을 대상으로 각 종속변수에 대하여 회귀분석을 실시(<표 III-13>)하였다. 그 결과, 퇴출은행의 경우 영업기간( $\ln AGE$ )이 오래될수록 총자산이익률( $ROA$ )이 10% 유의수준에서 크게 감소하는 것으로 나타났다. 이는 영업기간( $\ln AGE$ )이 오래될수록 총자산이익률( $ROA$ )이 생존은행의 경우 10% 유의수준에서 증가하는 것과 상반된 결과이다(<표 III-12>).

<그림 III-16> 퇴출은행의 퇴출 유형별 총자산이익률평균



그 이유 중 하나는 퇴출은행의 경우 영업기간( $\ln AGE$ )이 오래될수록 5% 유의수준에서 비이자비용( $NINTEXP$ )이 생존은행보다 더 큰 폭으로 증가하기 때문이며, 영업기간( $\ln AGE$ )이 오래될수록 생존은행과 달리 순이자마진율( $NIM$ )이 통계적으로 유의하게 감소하기 때문인 것으로

분석된다. 특히 퇴출은행의 경우 영업기간( $\ln AGE$ )이 오래될수록 1% 유의수준에서 이자비용률( $INTEXP$ )이 생존은행보다 더 큰 폭으로 높아지는 것으로 나타났다. 이는 <그림 Ⅲ-16>에서 살펴볼 수 있듯이 기존 고객기반 없이 설립된 퇴출은행이 설립초기 과도한 이자비용과 비이자비용을 과도하게 지출하면서 사업성과가 지속적으로 악화되었기 때문으로 해석할 수 있다.

### 5) 소결

미국의 인터넷전문은행 38개의 1994~2014년중 분기별 패널데이터를 이용하여 회귀분석을 실시한 결과, 신설 인터넷전문은행이 안정적인 사업성과를 실현하기 위해서는 다음과 같은 요건을 갖춰야 할 것으로 나타났다.

첫째, 설립초기부터 안정적인 수익성과 성장성을 실현하기 위해서는 기존 고객기반을 보유하고 있어야 한다. 그렇지 않을 경우 설립초기 고객기반 확보를 위한 공격적인 영업으로 이후 수익성이 악화될 수 있다.

둘째, 기존 고객기반을 토대로 차별적인 은행서비스를 성공적으로 제공할 수 있어야 한다. 이 경우 기존 고객기반 없이 설립된 인터넷전문은행보다 높은 사업성과를 실현할 수 있다. 또한 기존 고객기반의 특성에 맞게 은행서비스를 차별화하는데 성공한다면 기존 고객 및 신규 고객의 은행서비스 수요를 쉽게 흡수할 수 있다.

셋째, 기존 고객기반이 없더라도 안정적인 수익을 실현하려면 금리경쟁과 같은 공격적인营业을 지양하고 안정적으로 고객을 확보할 수 있어야 한다. 그렇지 않을 경우 지속적인 수익성 악화로 퇴출될 가능성이 높아진다.

이처럼 신설 인터넷전문은행이 안정적인 사업성과를 실현하기 위해서는 기존 고객기반을 보유하고 차별적인 은행서비스를 제공할 수 있어야 하며 가격경쟁보다는 서비스경쟁을 촉진시킬 수 있어야 한다.

&lt;표 III-13&gt; 퇴출은행에 대한 확률효과 회귀분석 결과

변수	ROA (1)	NOI (2)	NIM (3)	INTINC (4)
<i>Constant</i>	-16.820 (11.079)	-15.573 (10.914)	5.617* (2.406)	6.203*** (1.717)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub>	-5.785 (11.801)	-13.024 (13.123)	-2.309 (2.997)	-12.757** (3.979)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>lnASSETS</i>	0.491 (0.536)	0.410 (0.511)	0.003 (0.216)	-0.016 (0.194)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub> * <i>lnASSETS</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub> * <i>lnASSETS</i>	1.302* (0.606)	1.389* (0.616)	0.216 (0.172)	0.401** (0.132)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub> * <i>lnASSETS</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub> * <i>lnASSETS</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>lnAGE</i>	-5.018* (2.118)	-5.217* (2.120)	0.431 (0.382)	1.414*** (0.355)
<i>%CASH</i>	0.087 (0.094)	0.081 (0.092)	-0.039 (0.027)	-0.023 (0.025)
<i>%SEC</i>	0.104 (0.071)	0.105 (0.070)	0.013 (0.021)	0.005 (0.023)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub> * <i>%SEC</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub> * <i>%SEC</i>	-0.158 (0.089)	-0.090 (0.095)	-0.040 (0.034)	0.048 (0.034)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub> * <i>%SEC</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub> * <i>%SEC</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)

<표 III-13> 퇴출은행에 대한 확률효과 회귀분석 결과(계속)

변수	ROA (1)	NOI (2)	NIM (3)	INTINC (4)
%LOANS	0.184** (0.069)	0.182** (0.069)	-0.001 (0.016)	0.022 (0.016)
TYPE <sub>1</sub> *%LOANS	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
TYPE <sub>2</sub> *%LOANS	-0.195 (0.119)	-0.148 (0.129)	-0.031 (0.042)	0.076* (0.033)
TYPE <sub>3</sub> *%LOANS	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
TYPE <sub>4</sub> *%LOANS	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
%ALLWS	0.133 (0.141)	0.120 (0.140)	0.148 (0.077)	0.165 (0.086)
TYPE <sub>1</sub> *%ALLWS	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
TYPE <sub>2</sub> *%ALLWS	-1.471 (1.091)	-0.395 (1.161)	0.990 (0.722)	-0.364 (0.529)
TYPE <sub>3</sub> *%ALLWS	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
TYPE <sub>4</sub> *%ALLWS	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
%PREM	-0.485* (0.216)	-0.501* (0.217)	-0.161 (0.106)	-0.146 (0.121)
%DEPI	0.020 (0.049)	0.018 (0.051)	-0.001 (0.010)	0.020* (0.008)
JOBGROWTH	0.092 (0.272)	0.143 (0.259)	-0.243 (0.124)	-0.035 (0.087)
N	322	322	322	322
T	68	68	68	68
i	14	14	14	14
$\sigma_u$	0	0	0	0
$\sigma_e$	2.949	2.988	1.089	0.937
$\rho$	0	0	0	0
R <sup>2</sup> within	0.263	0.23	0.267	0.648
R <sup>2</sup> between	0.912	0.92	0.593	0.692
R <sup>2</sup> overall	0.677	0.669	0.398	0.662

주 : \*, \*\*, \*\*\*는 각각 유의수준 10%, 5%, 1%이내에서 통계적으로 유의함을 나타냄

&lt;표 III-13&gt; 퇴출은행에 대한 확률효과 회귀분석 결과(계속)

변수	<i>INTEXP</i> (5)	<i>NINTM</i> (6)	<i>NINTINC</i> (7)	<i>NINTEXP</i> (8)
<i>Constant</i>	0.586 (2.051)	4.253 (5.606)	9.177 (6.459)	4.924 (4.668)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub>	-10.448*** (2.494)	-35.480** (10.897)	-2.994 (6.423)	32.486** (10.467)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>lnASSETS</i>	-0.019 (0.135)	0.193 (0.247)	-0.019 (0.196)	-0.212 (0.351)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub> * <i>lnASSETS</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub> * <i>lnASSETS</i>	0.186 (0.126)	1.558** (0.482)	0.291 (0.306)	-1.268** (0.427)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub> * <i>lnASSETS</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub> * <i>lnASSETS</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>lnAGE</i>	0.983*** (0.254)	-6.357*** (1.923)	0.223 (0.837)	6.581*** (1.865)
<i>%CASH</i>	0.016 (0.021)	0.069 (0.089)	0.021 (0.036)	-0.048 (0.069)
<i>%SEC</i>	-0.008 (0.013)	0.146* (0.071)	0.037 (0.021)	-0.108 (0.057)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub> * <i>%SEC</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub> * <i>%SEC</i>	0.088*** (0.020)	0.088 (0.062)	-0.010 (0.044)	-0.099 (0.075)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub> * <i>%SEC</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub> * <i>%SEC</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)

<표 III-13> 퇴출은행에 대한 확률효과 회귀분석 결과(계속)

변수	<i>INTEXP</i> (5)	<i>NINTM</i> (6)	<i>NINTINC</i> (7)	<i>NINTEXP</i> (8)
% <i>LOANS</i>	0.024** (0.008)	0.168** (0.060)	0.052** (0.019)	-0.116* (0.051)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub> * % <i>LOANS</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub> * % <i>LOANS</i>	0.107*** (0.020)	0.066 (0.101)	-0.034 (0.055)	-0.101 (0.108)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub> * % <i>LOANS</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub> * % <i>LOANS</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
% <i>ALLWS</i>	0.016 (0.033)	-0.282 (0.301)	0.109 (0.168)	0.391 (0.238)
<i>TYPE</i> <sub>1</sub> * % <i>ALLWS</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>2</sub> * % <i>ALLWS</i>	-1.354*** (0.283)	-1.234 (0.838)	0.185 (0.293)	1.419 (1.033)
<i>TYPE</i> <sub>3</sub> * % <i>ALLWS</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
<i>TYPE</i> <sub>4</sub> * % <i>ALLWS</i>	(omitted)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
% <i>PREM</i>	0.015 (0.057)	-1.639** (0.628)	0.033 (0.226)	1.672** (0.569)
% <i>DEPI</i>	0.021** (0.007)	-0.112*** (0.026)	-0.126** (0.043)	-0.014 (0.051)
<i>JOBGROWTH</i>	0.207* (0.090)	0.070 (0.320)	-0.015 (0.070)	-0.085 (0.277)
<i>N</i>	322	228	228	228
<i>T</i>	68	68	68	68
<i>i</i>	14	14	14	14
$\sigma_u$	0	0	0	0
$\sigma_e$	0.834	2.652	1.667	2.551
$\rho$	0	0	0	0
<i>R</i> <sup>2</sup> within	0.661	0.51	0.5	0.343
<i>R</i> <sup>2</sup> between	0.256	0.914	0.223	0.954
<i>R</i> <sup>2</sup> overall	0.626	0.732	0.519	0.748

주 : \*, \*\*, \*\*\*는 각각 유의수준 10%, 5%, 1%이내에서 통계적으로 유의함을 나타냄



#### IV. 요약 및 시사점

---



## IV. 요약 및 시사점

본 연구는 국내 신설 예정인 인터넷전문은행이 안정적인 사업성과를 실현하고 은행산업의 경쟁력을 제고시킬 수 있는 요인이 무엇인지를 제시하고자 하였다. 이를 위해 본 연구는 기존문헌 검토 및 비교우위 분석 결과를 토대로 국내 인터넷전문은행의 사업성과를 결정하는 요인을 살펴보았다. 또한 본 연구는 사업성과 결정요인에 따라 인터넷전문은행간 사업성과의 차이가 발생하는지를 미국 인터넷전문은행의 사업성과에 대한 회귀 분석을 통해 실증적으로 검증하였다.

본 연구의 결과는 기존 고객기반 보유여부가 인터넷전문은행의 가장 중요한 사업성과 결정요인임을 제시한다. 기존 고객기반 보유여부에 따라 인터넷전문은행의 설립초기 영업전략과 사업모델의 선택이 달라질 수 있는 것으로 나타났기 때문이다. 본 연구는 인터넷전문은행이 기존 고객기반 없이 설립된 경우 설립초기 고객기반을 확보하기 위해 기존 은행과 불가피하게 경쟁해야 하기 때문에 가격우위 영업전략을 기반으로 한 사업모델을 채택할 가능성이 높을 것으로 예상된다. 이에 따라 은행산업내 과도한 금리경쟁이 촉발될 수 있고 은행산업 전반의 수익성과 건전성이 저하될 가능성도 높을 것으로 예상된다. 이 경우 인터넷전문은행의 신규진입이 오히려 은행산업의 비효율성을 악화시키고 은행산업의 경쟁력을 약화시킬 것으로 판단된다.

미국 인터넷전문은행 38개를 대상으로 설립자 유형별 생존비율을 살펴보면 퇴출은행 14개 중 13개는 설립자 유형이 은행, IT회사, 기타로 분류된 인터넷전문은행으로 파악된다. 이들 인터넷전문은행의 공통적인 특징은 기존 고객기반 없이 설립되었다는 점이다. 설립초기 생존은행과 퇴출은행의 사업성과를 비교할 경우 이러한 공통된 특징은 두드러지게 나타난다. 퇴출은행일수록 설립초기 고객기반 확보를 위해 생존은행보다 공격적인

영업을 통해 총자산 및 총예금을 빠르게 증가시켰으나 이렇게 확보한 고객기반이 안정적인 수익기반으로 연결되지 못한 것으로 확인된다. 퇴출은행을 대상으로 패널 회귀분석을 실시한 결과도 이를 뒷받침해 준다. 퇴출은행의 경우 생존은행과 달리 영업기간이 길수록 총자산이익률이 통계적으로 유의하게 감소한 것으로 나타난다. 이는 기존 고객기반 없이 설립된 인터넷전문은행일수록 설립초기 과도한 비용을 지출하면서 사업성과가 지속적으로 악화되었기 때문으로 파악된다.

본 연구는 인터넷전문은행이 기존 고객기반을 보유한 경우 무리한 금리경쟁보다는 차별적인 은행서비스를 제공할 가능성이 높다는 점을 발견하였다. 미국의 인터넷전문은행 중에서 설립자 유형이 금융투자회사, 자동차·가전제조회사, 카드사·할부금융사로 분류된 인터넷전문은행의 총자산 또는 총예금이 분석대상 기간중 설립자 유형이 은행으로 분류된 경우보다 비교적 안정적이고 빠른 속도로 성장한 것으로 나타났다. 이는 이들 인터넷전문은행이 기존 고객기반의 특성에 맞게 기존 은행과 차별적인 은행서비스를 제공한 것이 유효했기 때문인 것으로 파악된다. 이에 따라 기존 은행과 차별적인 고객기반을 대상으로 은행서비스를 제공한 은행일수록 더 높은 사업성과를 실현한 것으로 나타났다.

미국의 인터넷전문은행 38개를 대상으로 패널 회귀분석을 실시한 결과도 이를 뒷받침해준다. 설립자 유형이 설립초기 은행의 사업성과에 미치는 영향은 금융투자회사, 카드사·할부금융사, 자동차·가전제조회사로 분류된 경우가 은행·IT·기타로 분류된 경우보다 큰 것으로 나타났다. 또한 설립자 유형별 자금운용 전략의 차이가 인터넷전문은행의 사업성과에 미치는 영향이 설립자 유형별 특성에 따라 달라지는 것으로 나타났다. 이는 이들 설립자 유형이 기존 고객기반을 보유하고 있다는 특성과 무관하지 않으며 기존 고객기반의 특성에 맞는 은행서비스를 제공했기 때문인 것으로 파악된다. 아울러 생존은행만을 대상으로 패널 회귀분석을 실시한 결과를 살펴보면 설립초기 나타나는 설립자 유형별 사업

성과의 차이도 지속적인 것으로 나타났다. 참고로 기존 고객기반 없이 설립된 인터넷전문은행이 기존 은행과 차별적이지 못하더라도 설립초기 무리한 영업과 과도한 금리경쟁을 지양하고 점차적으로 고객기반을 확보한 경우 수익이 적자에서 흑자로 전환되면서 안정적인 사업성과를 실현하는 것으로 나타났다.

본 연구의 결과를 종합해보면 신설 인터넷전문은행이 기존 고객기반을 보유하고 차별적인 은행서비스를 제공할 수 있어야 안정적인 사업성과를 실현할 수 있고 은행산업내 서비스경쟁을 촉진시켜 은행산업의 경쟁력을 제고시킬 수 있을 것으로 예상된다. 또한 신설 인터넷전문은행이 기존 고객기반 없이 설립되었다고 하더라도 퇴출 가능성을 낮추기 위해서는 무리한 금리경쟁을 시도하지 않도록 유의할 필요가 있는 것으로 파악된다.

본 연구는 상기 연구결과를 바탕으로 세 가지 정책적 시사점을 제시하고자 한다.

첫째, 신설 인터넷전문은행은 기존 고객기반을 잘 활용하고 기존 은행과 차별적인 은행서비스를 제공할 수 있어야 한다. 이를 통해 신설 인터넷전문은행은 가격경쟁보다는 서비스경쟁을 촉진시킬 수 있어야 한다. 그렇지 않을 경우 가격경쟁의 부작용으로 은행산업의 비효율성이 악화될 수 있으며 향후 추가적인 인터넷전문은행의 신규진입에도 악영향을 미칠 수 있다.

둘째, 신설 인터넷전문은행과 기존 은행 모두 공격적인 금리경쟁을 지양해야 한다. 신설 인터넷전문은행 기존 고객기반을 보유하고 차별화된 은행서비스를 제공할 수 있는 여력이 있다고 하더라도 설립초기 높은 사업성과를 실현하기 위해 무리한 금리경쟁을 시도할 수 있다. 이에 대응하여 기존 은행도 금리경쟁을 가열시킬 수 있다. 이 경우 당초 기대했던 신규진입 효과보다는 부작용이 더 커질 수 있기 때문에 이에 대한

각별한 주의가 요망된다.

셋째, 금융당국은 비대면 은행서비스가 효율적으로 제공될 수 있도록 불필요한 규제를 재검토하고 개선할 필요가 있다. 신설 인터넷전문은행이 비대면 은행서비스를 효율적으로 제공할 수 없으면 기존 고객기반을 보유하고 이를 토대로 차별적인 은행서비스를 제공하더라도 안정적인 사업성과를 실현하고 은행산업의 경쟁력을 높이기 어렵기 때문이다. 현재에도 은행의 인터넷뱅킹 업무절차를 살펴보면 고객에게 대면확인을 요구하는 경우가 많다. 인터넷전문은행이 설립되면 이런 점들이 자연스럽게 개선될 것으로 기대된다. 그럼에도 불구하고 인터넷전문은행의 신규진입에 따른 긍정적인 기대효과를 극대화하기 위해서는 비대면 은행서비스 이용과 관련된 불편한 점들이 신속하게 개선될 필요가 있다.

## 참 고 문 헌

---



## <국내문헌>

- 강서진, 2014, 해외 인터넷전문은행 동향 및 국내 이슈 점검, 『KB지식비타민』 14-37호, KB금융지주경영연구소.
- 구본성, 2008b, 『인터넷전문은행 도입방안』, 한국금융연구원 정책조사 보고서 2008-03.
- 구본성·한재준, 2007, 『국내 은행산업의 경쟁구조 현황, 평가 및 정책과제』, 한국금융학회.
- 국찬표·홍광현·정영식, 2006, 국내 은행산업의 규모 및 범위의 경제에 관한 연구 : 선형 스플라인 비용함수를 이용하여, 한국재무학회 『재무연구』 17권 1호.
- 금융감독원, 2013, 『금융소비자리포트』 제2호 자동차 금융, 보도자료 2013년 1월 29일.
- 금융위원회, 2015a, IT·금융융합 지원방안, 보도자료 2015년 1월 27일.
- 금융위원회, 2015b, 금융개혁 방향 및 추진 전략, 보도자료 2015년 3월 17일.
- 금융위원회, 2015c, 「인터넷전문은행」이 도입됩니다, 보도자료 2015년 6월 18일.
- 금융위원회, 2015d, 인터넷전문은행 예비인가 결과, 보도자료 2015년 11월 29일.
- 금융위원회·신용보증기금·기술보증기금, 2012, 『창업·중소기업 금융환경 혁신을 위한 기술금융 활성화 방안』.
- 금융투자협회, 2013, 2012년 금융투자자의 투자실태에 관한 조사보고서.

- 김기윤·서희정, 2008, 해외 인터넷 전문은행의 현황 및 시사점, 국회 입법조사처.
- 김보라, 2008, 인터넷전문은행의 출현과 과제, 『지급결제와 정보기술』 제33호, 금융결제원.
- 김우진, 2014, 국내은행의 점포과잉 이슈 분석과 시사점, 금융연구원, 『주간 금융브리프』, 제23권 제38호.
- 김유섭, 2009, 최근 점포전략의 변화와 해외은행 사례, 농협경제연구소 『NHERI 리포트』 제 78호.
- 김정규·권순옥, 2008, 인터넷전문은행의 경영현황 및 과제, 한국은행 금융결제국.
- 김종원, 2009, 『인터넷뱅킹 사용자의 만족도가 인터넷전문은행으로의 전환의도에 미치는 영향에 관한 실증적 연구』, 숭실대학교 대학원 박사논문.
- 김종현, 2015, 인터넷전문은행의 성공조건, 『주간 금융경제동향』 제5권 제3호.
- 김창호, 2005, 인터넷전문은행의 설립전망 및 과제, 『금융시스템리뷰』, 한국은행.
- 서병호·정희수·최성민, 2014, 『은행의 효율적인 채널·점포 운영 방안 연구』, 한국금융연구원 학술용역보고서.
- 성종화·전배승, 2015, 한국 인터넷전문은행, Zero Sum? or Plus-Sum?, 이베스트투자증권.
- 오영선, 2013, 국내 모바일뱅킹 이용자의 금융행동 분석과 시사점, 하나 금융경영연구소 『하나 금융정보』 제15호.
- 윤석현, 2012, 한국금융의 반성과 개혁과제, 2012년 재무금융 관련 5개 학회 특별심포지엄.

- 이병윤, 2009, 『글로벌 금융위기 이후 국내은행의 비전 및 정책과제』, 금융위원회 연구용역보고서.
- 이윤석·이수진·서병호, 2015, 한국형 인터넷전문은행 도입방안, 한국 금융연구원.
- 이충렬, 2005, 『우리나라 인터넷 뱅킹의 특성과 성공 원인』, 고려대학교 경상대학 경제학과.
- 이형승, 2015, 인터넷전문은행, 대기업·벤처 결합해 시너지 내야하는 사업, 뉴스1, 보도자료 2015년 1월 11일.
- 임재호, 2013, 국내은행의 오버뱅크 현황과 은행권의 대응과제, 우리금융경영연구소 『주간금융경제동향』 제3권 제40호.
- 정윤성, 2006, 인터넷전문은행의 현황과 전망, 금융결제원.
- 천대웅, 2014a, 해외 인터넷전문은행 동향 및 시사점, 『주간금융경제동향』 제4권 제30호, 우리금융경영연구소.
- 천대웅, 2014b, 미국 인터넷전문은행 제도 및 현황, 『주간금융경제동향』 제4권 제50호, 우리금융경영연구소.
- 카카오뱅크, 2015, 지금 우리가 필요로 하는 은행은?, 인터넷전문은행 예비인가자 사업계획 브리핑 자료.
- 케이뱅크(K-뱅크), 2015, 국내 1호 인터넷전문은행을 향한 K-뱅크의 도전, 인터넷전문은행 예비인가자 사업계획 브리핑 자료.
- 한국산업경제정책연구원, 2011, 통신과금서비스 제도개선 방안 연구.
- 한국은행, 2015, 2014년중 국내 인터넷뱅킹서비스 이용현황, 보도자료 2015년 2월 25일.
- 함준호, 2009, 외환위기 10년: 금융시스템의 변화와 평가, 한국경제학회 『경제학연구』 제55집 제4호.

<외국문헌>

- Arnaboldi, F., Claeys, P., 2008, Internet Banking in Europe: a comparative analysis, Research Institute of Applied Economics WP 2008-11.
- Bruene, J., 2000, Online Banking by the Numbers: Web banking is five years young, Online Banking Report 60.
- Bruene, J., 2003, Online Banking by the Numbers 2003: Mainstream users continue to flock to Web banking, Online Banking Report 89.
- Delgado, J., Hernando, I., Nieto, M., 2007, Do European Primarily Internet Banks Show Scale and Experience Efficiencies? *European Financial Management*, Vol. 13(4), 643-671.
- DeYoung, R., 2001, The financial performance of pure play Internet banks, *Economic Perspectives Federal Reserve Bank of Chicago*, Vol. 25(1), 60-75.
- DeYoung, R., 2002, Learning-by-Doing, Scale Efficiencies, and Financial Performance at Internet-Only Banks, Federal Reserve Bank of Chicago WP 2001-06.
- DeYoung, R., 2005, The Performance of Internet-Based Business Models: Evidence from the Banking Industry, *The Journal of Business*, Vol. 78(3), 893-948.
- Foundation Capital, 2015, A Trillion-Dollar Market For the People, By the People.
- Griffith, E., 2011, Five Great Internet Banks, PCMag.com.

- Lavingia, C., 2015, 2015 Rankings: 10 Best Online Banks, Huffingtonpost.com.
- OCC, 1999, Conditional Approval #313 July 1999.
- PEW, 2014, Checks and Balances: Online-Only Bank Practices.
- Schaechter, A., 2002, Issues in Electronic Banking: An Overview. IMF Policy Discussion Paper 02/06.
- Sullivan, R. J., Wang, Z., 2013, Federal Reserve Bank of Richmond Internet Banking: An Exploration in Technology Diffusion and Impact, FRB Richmond Working Paper No. 13-10.
- Wang, Z., 2007, Technological innovation and market turbulence: The dot-com experience, *Review of Economic Dynamics*, Volume 10, Issue 1, 78-105.
- Zinski, C. J., 2000, STARTING AN INTERNET BANK: Pratical Considerations, *Banking Law Journal*, 202.

<웹사이트>

- |         |  |
|---------|--|
| 한국은행    | <a href="http://www.bok.or.kr/">http://www.bok.or.kr/</a>  |
| 미국 OCC  | <a href="http://www.occ.gov/">http://www.occ.gov/</a>  |
| 미국 FDIC | <a href="http://research.fdic.gov/bankfind/">http://research.fdic.gov/bankfind/</a><br><a href="https://www5.fdic.gov/SDI/">https://www5.fdic.gov/SDI/</a> |