

금융산업의 플랫폼화에 따른
새로운 금융규제 정립방향에 대한 연구

강 성 호

(동국대학교 경영학과 박사과정)

※ 본 연구는 전적으로 연구자 개인의 의견이며 소속기관의 입장과는 무관합니다.

차 례

I. 서론

1. 플랫폼 기업들의 금융업 진출
2. 연구의 구성

II. 금융혁신에 대한 그간의 연구

1. 금융혁신의 트렌드
2. 새로운 금융규제 정립방향
3. 금융혁신이 금융안정에 미치는 영향

III. 금융혁신과 새로운 정책과제의 등장

1. 금융혁신의 동인
2. 금융산업 변화의 트렌드
3. 금융혁신에 따른 새로운 정책과제들

IV. 해외의 플랫폼 규제동향

V. 플랫폼 시대의 새로운 금융규제

1. 비즈니스모델(규제수요) - 실제규제(규제공급) 간의 불일치 해소
2. 인프라로서의 플랫폼(플랫폼의 공정성 강화)

VI. 결론

I. 서론

1. 플랫폼 기업들의 금융업 진출

플랫폼 기업들은 양면시장(Two-Sided Market)의 특성을 활용해 금융시장에 빠르게 진출하고 있다. 이미 빅테크, 핀테크 등의 기술기업과 금융산업의 융합은 전 세계적인 트렌드다. 이들은 주로 간편결제(payment) 사업으로 금융산업에 진출하기 시작해, 소액대출, 보험, 자산관리 등의 분야로 그 범위를 확대해 나가고 있다(R.Zamil & A.Lawson, 2022). 아마존(Amazon), 알리바바(Alibaba)와 같은 전자상거래 기업은 신용평가, 소액대출, 간편결제 등의 금융업에 진출했으며, 위챗(WeChat)과 같은 소셜미디어 기업도 간편송금, 자산관리, 보험판매 등에 진출했다. 그리고 최근 몇몇 국가의 빅테크, 핀테크 기업들은 은행업 인가를 받아 인터넷 채널로만 영업하는 챌린저 뱅크(challenger bank), 네오뱅크(neo-bank) 등의 새로운 은행들을 설립하고 있다.

국내의 금융산업도 세계적인 트렌드와 다르지 않다. 금융회사의 독점적 네트워크로만 공급되던 금융서비스들이 핀테크 기업에 의해 “해체(Un-bundling)” 되고, 소비자들의 니즈에 맞추어 “재조합(re-bundling)” 되어 공급되는 “임베디드 금융(embedded finance)” 이 금융산업의 뚜렷한 트렌드가 되었다. 플랫폼 기업들은 편리함(convenience)이라는 새로운 가치제안(value proposition)을 바탕으로 금융시장의 경쟁구도를 흔들고 있는 것이다.¹⁾ 이들은 DNA(Data analytics, Network externalities, and interwoven Activities)를 기본적 사업모델로 삼고 있다(R.Zamil & A.Lawson, 2022). 비금융 사업(Captive Market)에서 형성한 네트워크를 기반으로 금융서비스 접근성을 높이고, 축적된 데이터를 분석하여 개별화된 큐레이션 금융서비스를 제공하는 것이다(이보미, 2019).

금융업과 플랫폼 비즈니스의 융합에 따라, 바람직한 규제체계의 정립에 대한 논의도 이루어지고 있다. 최근 위와 같은 변화에 따른 금융규제 개편논의는 크게 다음과 같은 3가지 분야로 나눌 수 있다. ❶첫째는 “금산분리 완화론”이다. 기술환경의 변화에 걸맞게 금융산업과 IT 산업의 결합을 법적으로 허용해야 할 필요가 있다는 주장이다(강신원·이중만(2016), 김상조(2016), 박창욱·윤창술(2018)). 이 주장은 주로 금융혁신에 방점을 두고 있다. 금융회사에 가해지는 소유규제, 영업규제를 완화하여 IT와 금융업의 융합을 제도적으로 뒷받침하자는 주장이다. ❷둘째는 “동일기능·동일규제론”이다.²⁾ 새롭게 등장한 플랫폼 비즈니스에 대한 중복규제를 막고 규제 효율성을 제고하거나(이효경, 2019), 플랫폼 비즈니스도 기존 금융회사와 동일한 진입·영업규제가 적용되어야 한다는 주장이다(금융위원회, 2021). 이 주장은 금융시장 내의 공정한 경쟁질서 확립과 금융안정이라는 가치에 입각해 있다. ❸마지막은 “금융소비자 보호론”이다. 새로운 금융상품 판매채널로서의 플랫폼의 부상에 따른 금융소비자 보호법제 정비를 주장하는 것이다(윤민섭(2020), 김범준/엄윤경(2019)).

1) 토스는 간편송금에서 출발했지만, 이제는 토스뱅크, 토스보험파트너스, 토스증권 등을 설립하며 금융업에서의 입지를 강화하고 있다. 카카오나 네이버도 마찬가지다. 카카오는 카카오페이, 카카오뱅크에 이어 카카오페이증권을 설립했고, 네이버도 네이버파이낸셜을 설립하고 여러 금융회사와 파트너십을 구축하고 있다.

2) 레거시 금융회사들은 핀테크 기업들의 무(無) 인가 영업행위에 대한 불만을 제기하고 있으며, 핀테크 기업들은 동일한 라이선스를 받은 기업에만 동일한 규제가 적용되어야 한다는 입장이다.

우리나라 정부도 금융산업의 플랫폼화를 촉진하는 동시에, 새로운 영업행위의 등장에 따른 금융소비자 보호에도 만전을 기울이고 있다. 금융위원회는 금융과 IT 기술의 융복합 추이에 맞추어 마이데이터 산업도입(2018.7.18), 오픈뱅킹 구축(2019.2.25.), 종합지급결제 사업자 도입(2020.7.26.) 등과 같은 금융산업의 플랫폼화를 제도적으로 지원하고 있다. 한편, 온라인 금융플랫폼의 금융관련 서비스를 단순 광고대행이 아닌 중개행위로 판단(2021.9.7.)하고 금융소비자보호법을 적용하기로 법령을 해석한 것은 금융의 플랫폼화에 따라 금융소비자들을 보호하기 위한 정책적 판단이라 할 수 있다.

그러나 위와 같은 학계와 정부의 논의들은 플랫폼이 지닌 가장 중요한 본질 중 하나를 간과하고 있다. 즉, 플랫폼은 이윤창출을 위한 비즈니스 모델인 동시에, 플랫폼에 참여한 소비자와 기업들의 행동양식과 시장의 경쟁구조를 결정하는 “규율정립의 기능(Rule Setter)”을 수행한다는 점이다. 플랫폼은 양면시장으로서 수요자와 공급자를 연결하는 생태계를 조성하고, 수요자와 공급자의 연결이 지속가능하도록 규율을 정립한다. 이 과정에서 플랫폼은 생태계의 질서를 유지하는 심판이자, 정부와 유사한 역할을 수행하는 것이 일반적이다. 금융산업도 마찬가지다. 만약, 금융상품의 판매 플랫폼은 해당 금융상품 판매 생태계에서 적용되는 경쟁의 규칙을 정한다. 금융회사들의 입장에서는 플랫폼 기업의 규칙을 따를 수밖에 없다. 플랫폼의 상단에 노출되기 위해 금융회사는 플랫폼이 요구하는 상품을 제조해야 하며, 소비자들도 플랫폼이 추천하는 상품을 구매하게 될 가능성이 크다.

2. 연구의 구성

빅테크, 핀테크와 같은 새로운 플레이어의 등장에 따라 금융당국은 새로운 도전과제를 맞이하고 있다. 금융혁신, 공정경쟁, 금융소비자 보호라는 여러 가지 정책목표가 복합적으로 등장하고 있다. 따라서 이 글은 플랫폼 기업이 촉발하고 있는 금융혁신의 동향을 분석하고, 플랫폼 경제시대에 알맞은 금융규제 정립방향에 대해 살펴보고자 한다. 또한, 사회적 인프라로서 플랫폼의 특성을 살펴보고 그에 상응하는 사회적 책임과 규제가 무엇인지를 논해보고자 한다.

우선, II장에서는 최근의 금융혁신에 대한 기존 연구들을 검토해 보았다. III장에서는 오늘날 금융산업에서 일어나고 있는 혁신의 양상을 정리하고, 금융산업 혁신으로 인한 새로운 정책과 제도에 대해 살펴본다. IV장에서는 해외 빅테크 기업의 금융업 진출과 관련한 규제사례를 살펴보고, 마지막 V장에서는 플레이어간 공정한 경쟁과 플랫폼의 사회적 책임 측면에서 플랫폼 경제시대의 새로운 금융규제의 방향을 제시하고 있다.

II. 금융혁신에 대한 그간의 연구

1. 금융혁신의 트렌드

대부분의 연구는 전문 금융서비스 분야에 특화된 핀테크 기업과 플랫폼을 보유한 빅테크 기업의 등장으로 금융산업 경쟁구조의 재편 가능성을 지적하고 있다. 전자상거래, 소셜미디어 등 비금융 플랫폼에 기반한 빅테크 기업이 금융산업 내에서 부상하고 있으며, 기존의 금융회사들도 비금융 신(新)사업에의 진출, AI·데이터·모바일 등 새로운 기술과의 결합 등 과거와는 완전히 다른 차원의 경쟁에 직면하게 되었다. 일부 연구는 금융회사와 IT기업 간의 경쟁에서 누가 우위를 지닐 것인지에 대해서도 예측하기도 한다.

삼성KPMG연구소(2017)는 4차 산업혁명 기술이 금융업에 어떠한 영향을 미치고 있는지를 분석하고 있다. 금융산업내의 변혁을 이끈 주요기술로 D&A, 인공지능, 블록체인, 생체인증기술, 사물인터넷을 들고 있다. 또한, 금융혁신의 주요 트렌드로 맞춤형 금융서비스의 등장, 금융플랫폼 구축경쟁 본격화, 신용평가 체계의 고도화, 비대면 금융거래 확대, 지급결제수단의 간편화를 들고 있다.

삼성KPMG연구소(2021)는 은행산업에 초점을 두고 일어나는 변화의 동인을 분석하고 있다. 은행업의 변화를 초래하는 동인으로 고객의 니즈 변화, 기술의 발전과 디지털화, 모바일 접점의 부상, 혁신지향적 규제환경, 새로운 플레이어 등장이라는 경쟁구도를 들고 있다. 미래의 은행 서비스가 어떻게 진화할지에 대해서도 예측을 하고 있다. 금융서비스의 초개인화, 오픈플랫폼 활성화, 데이터 역량의 발전, 파트너십 확대, 원스톱 금융서비스의 활성화 등이 미래 은행 서비스의 지향점이라 예측하고 있다.

김현수(2020)는 금융플랫폼을 협의와 광의로 구별하고, 금융플랫폼의 역할을 담당하기 위해 금융시장에 참여하는 금융플레이어들의 전략을 분석하고 있다. 특히, 금융플랫폼이 승자독식의 시장의 형태를 지닐지, 아니면 여러 경쟁자들이 선두권을 쟁탈하려는 치열한 경쟁상태로 갈 것인지를 판단하기 위해 지배적 플랫폼이 되기 위한 요인들을 정리하고 있다. 자금시장과 상품제조시장에서는 금융그룹이 우위에 있으나, 판매시장, 큐레이팅, 네트워크 효과 등 플랫폼 본연의 요소에서는 빅테크의 우위를 예측한다.

김상유·김길선(2020)은 금융서비스가 진화하는 패턴을 분석하고 있다. 이들은 해외송금 기능을 중심으로 금융서비스의 혁신과정을 ‘프로세스 진화모형’으로 설명한다. 해외송금업은 기존의 인편·우편·텔렉스 방식에서 SWIFT 시스템, 온라인뱅킹, 핀테크 출현에 따른 융복합화로 진화했다는 것이다. 이들은 핀테크를 매개로 기존의 금융기능들이 분화되고 재조합되는 과정, 프로세스의 혁신 이후 다음 단계로서 새로운 서비스 개념이 출현하는 과정, 제조산업에서는 발견하기 어려운 혁신의 과정 등을 설명한다.

김자봉(2020)은 BCBS가 제시한 은행의 미래에 대한 다섯 가지 시나리오를 바탕으로 은행산업의 미래를 그려보고 있다. 그는 플랫폼 기업들이 규제비용을 회피하기 위해 회색지대에서 은

행 기능을 수행할 가능성에 무게를 둔다. 금융회사들에게 규제비용은 주어진 조건으로 수용되는 것이나, 그 부담은 쉽게 간과하기 힘든 부분이다. 이런 까닭에 플랫폼 기업들은 은행 서비스를 제공하되, 은행법상 규제를 적용받지 않는 그림자 금융의 한 형태가 될 가능성을 점치고 있다.

삼정KPMG연구소(2019)는 금융산업 등의 플랫폼 비즈니스화의 사례를 분석하고, 플랫폼 산업에서의 경영전략을 제시하고 있다. 본고에서는 골드만삭스가 예금 및 대출 플랫폼인 마커스를 시작으로 디지털 금융 플랫폼을 구축하고 있는 사례를 제시하고 있다. 또한, 플랫폼 산업의 비즈니스 전략을 제시한다. 첫 번째는 경쟁전략으로서 혁신적 사업모델로 시장에 침투해 기존 체계를 대체하는 것이다. 인터넷전문은행, 알리페이, 카카오페이 등이 대표적인 사례다. 두 번째는 협력 전략이다. 이는 기존플레이어가 제공하는 자원을 활용해 개방형 생태계를 만드는 전략이다. 국내에서는 은행권이 오픈API를 토대로 서드파티가 진입하는 오픈뱅킹 생태계가 구축된 것이 대표적 사례다.

2. 새로운 금융규제 정립방향

금융의 플랫폼화 트렌드에 따라 금산분리의 완화를 통해 금융과 IT간의 결합을 촉진하자는 주장이나, 동일기능·동일규제라는 원칙에 입각한 연구들이 주류를 이루고 있다.

박창욱/윤창술(2018)은 인터넷전문은행의 도입을 계기로 금산분리의 완화 필요성을 주장한다. 금산분리라는 규제방식은 외국의 입법례에서도 보기 드문 사례로서 금산결합을 통한 금융시장의 활성화를 저해할 우려가 있기 때문이다. 이에 세계적인 추세에 발맞추어 금산분리를 완화하는 방향으로 법적·제도적 장치들이 마련되어야 할 것으로 판단한다. 금융시장에 투자가 가능한 산업자본 즉 비금융주력자의 개념을 명확히 함으로써 장차 금산분리의 완화 내지 금산결합의 허용을 제안한다.

김상조(2016)는 외환위기 이후 비은행권 금산결합의 양상을 분석하고 있으며, 이를 통해 금산분리 체계를 합리적으로 재설계할 수 있는 가능성을 타진해보고 있다. 외환위기 이후 금융산업의 ROE는 크게 축소되었는데, 이는 산업자본의 입장에서 금융업 진출유인이 약화되었다는 것을 뜻한다. 다만, 삼성그룹의 압도적인 금융산업 지배력은 금산분리 규율체계를 재설계하는 데에 중요한 고려사항이 된다. 금산분리 규율체계를 재설계하기 위해서 우선적으로 금융복합그룹에 대한 통합감독체계의 도입이 필요함을 주장한다.

이효경(2019)는 새로운 플랫폼 비즈니스의 등장을 계기로 횡단면적 규제의 도입을 주장하고 있다. 플랫폼 비즈니스의 확산에 따라 AI/스마트계약의 확산, 횡단면적 규제, 오픈뱅킹의 법제화를 새롭게 등장할 법적 이슈로 꼽고 있다. 한편, 현재와 같은 업권별 규제는 동일기능/동일규제라는 목표를 달성하기 어렵고, 중복규제를 야기할 가능성이 있기 때문에 업계의 동향에 발맞추어 규제를 개편하자고 주장한다.

이효경(2021)은 일본의 2019년 금융법제 개정사례를 토대로 우리나라 빅테크 플랫폼 규제에

대한 시사점을 도출하고 있다. 일본은 금융서비스제공법을 통해 한번의 등록만으로 은행, 증권, 보험에 걸친 금융서비스를 중개할 수 있도록 허용했다. 금융 분야에서 플랫폼 기업의 출현을 촉진하겠다는 취지다. 반면, 우리나라의 금융 소비자 보호법제는 기본적으로 1사 전속주의를 전제하고 있으며, 예금, 투자, 보장, 대출이라는 4개의 금융상품 유형을 나누고 있다. 일본과 우리나라의 법제 비교를 통해 디지털 환경에서 적합한 규제가 무엇인지에 대한 시사점을 도출하고 있다.

김자봉/이대기(2020)는 GAFA 등 빅테크의 금융진출이 갖는 의미와 영향을 살펴보고, 규제감독상의 이슈 및 과제 그리고 국내 은행에 대해서 주는 시사점을 논의하고 있다. 빅테크의 금융진출에 따른 정책적 차원의 고려는 ①파트너십을 활용한 언변들링 방식의 금융진출이 규제회피의 수단으로 남용될 가능성, ②금융효율성을 개선하면서도 경쟁제한적 결과를 초래할 수 있는 문제점, ③기술과 금융의 분리원칙을 유지, 조정할 것인지에 대한 문제를 들고 있다. 그리고 당국의 규제는 빅테크가 금융회사로 인가를 받을 경우에는 건전성 규제를, 인가를 받지 않는 경우에는 경쟁정책, 소비자보호 등에 초점을 맞출 것이라고 예측한다.

3. 금융혁신이 금융안정에 미치는 영향

최근의 핀테크 산업발전 등 금융혁신이 야기할 수 있는 금융 불안정 요인에 대한 분석도 존재한다. 주로, 경쟁심화에 따른 금융회사의 자산건전성 악화, 핀테크 등 새로운 비즈니스 모델에 대한 금융감독의 어려움 등을 금융안정의 위협요인으로 꼽고 있다.

R.Zamil & A.Lawson(2022)는 빅테크와 핀테크가 은행업에 진출하는 경우 초래되는 리스크 요인을 분석하고 있다. 기술기업의 금융업 진출은 다음과 같은 5가지 위험을 수반할 수 있다. 이해상충, 금융산업 독점가능성, 은행부실에 따른 시스템 리스크 전이, 내부통제 실패, 모회사의 은행지원 여력부족. BIS는 앞의 4가지 위험은 매우위험한 수준으로 평가하고 있으며, 이를 막기 위해 은행과 은행외에서 얻은 데이터를 분리하고, 빅테크가 소유한 은행에 대해서는 전통적 은행보다 더욱 강화된 자본규제가 필요함을 주장한다.

M. Laboure & N. Deffrennes (2022)는 핀테크에서 금융위기가 촉발될 수 있음을 경고한다. 핀테크 기업은 사업을 다각화가 부족하며, 여전히 적자상태로 영업하는 경우가 많다. 또한 아직 핀테크 기업에 대한 금융감독 체계가 확고히 구축되지 않아 이들이 얼마나 많은 리스크를 지고 있는지를 관리하기도 어렵다. 일부 핀테크 기업들이 자금세탁이나 소비자 사취 목적의 거래를 하더라도 적발하기가 어려운 것이 현실이다. 또한, 핀테크는 그 비즈니스 모델이 다양하기 때문에 금융회사와 같이 공통의 규범을 정립하기도 어려운 측면이 있다.

김자봉(2021)은 빅테크의 금융참여에 따른 위험을 미시적 위험, 거시적 위험, 불공정경쟁, 프라이버시 훼손으로 구분하였다. 미시적 위험은 빅테크 금융부문의 건전성 위험과 빅테크의 도덕적 해이로 인한 금융회사의 자산건전성 악화를 뜻한다. 거시적 위험은 빅테크가 시장지배력을 이용하여 결제안정성을 위협할 가능성을 뜻한다. 불공정경쟁은 빅테크의 금융참여에 대한 진입규제가 기존 금융회사에 비해 약하거나, 빅테크 플랫폼의 자금배분이 자회사 및 가맹점에

유리하게 배분되는 위험을 뜻한다.

Han and Kang (2017)은 핀테크산업 진입에 따른 은행산업의 경쟁 양상을 분석한다. 이들은 Boyd and De Nicrolo (2006)의 모형을 기반으로 핀테크 업체들이 대출시장과 예금시장에서 어느 정도의 경쟁력을 보이느냐에 따라 금융안정성에 미치는 효과가 다를 수 있음을 보이고 있다. 만약, 핀테크 업체들의 대출업무 취급이 지지부진할 경우 예수금 시장의 경쟁만 격화되는 비대칭적 경쟁구도가 나타난다. 이 경우 대출시장에서 대출 공급여력이 저하되고 대출금리는 상승하는 결과가 초래된다. 은행들은 종전보다 위험도가 높은 차입자에 대한 대출에 나서고 자산건전성이 악화될 소지가 있다.

국제기구들(FSB, BCBS, IOSCO)은 핀테크 혁신에 기회와 위협이 공존하고 있다는 입장이다. 핀테크 혁신은 금융안정과 포용금융, 금융효율성 등의 측면에서 상반된 효과를 동시에 지닐 수 있다는 것이다. 기회요인은 주로 포용금융과 금융효율성 측면에서 발생한다. 핀테크 혁신은 경쟁촉진을 통해 중개기관 분산, 다변화, 금융시스템의 효율성·투명성 제고, 포용금융 확대라는 긍정적 효과를 야기할 수 있다. 그러나 새로운 금융프로세스의 등장은 금융안정에 위협요인이 되기도 한다. 핀테크는 미시적 위험(운영·사이버 리스크, 만기불일치 등)과 거시적 위험(전염효과, 경기순응성, 과도한 위험추구 등) 측면에서 예측하기 어려운 위협요인이 될 수 있다.

Ⅲ. 금융혁신과 새로운 정책과제의 등장

1. 금융혁신의 동인

본래 금융산업은 건전성 규제, 영업규제, 소비자보호 규제가 강한 영역으로서, 새로운 혁신 기업의 진출이 쉽지 않은 분야다.(삼정KPMG, 2019) 그러나 최근 기술환경, 규제환경, 소비자 니즈의 변화에 따라 금융산업에도 새로운 플레이어들이 등장하고 있으며, 이들은 전통적 금융회사들이 미처 소홀했던 시장을 중심으로 입지를 구축하고 있다. 이에 기존의 금융회사들도 새로운 경영환경 변화에 맞추어 빠르게 변모해 나가는 모습이다. 금융산업의 경쟁구도가 금융회사간의 경쟁이 아니라, 금융회사와 새로운 플레이어들간의 경쟁으로 확대되고 있는 것이다.

<최근 금융환경 변화의 주요 동인(삼정KPMG, 2019)>

기술환경의 변화	규제환경의 변화	소비자니즈의 변화
<ul style="list-style-type: none">• 모바일뱅킹 보편화• 비대면 거래완결 가능• 빅데이터 처리기술	<ul style="list-style-type: none">• 인터넷전문은행법 제정• 샌드박스법 제정• 신용정보법 개정	<ul style="list-style-type: none">• MZ세대(디지털네이티브)• 간편함, 편리함 추구• 플랫폼 생태계에 익숙

먼저, 변화를 촉진하고 있는 가장 큰 요인은 기술환경의 변화다. 삼정KPMG(2017)³⁾은 금융산업

3) 삼정인사이드, 금융산업, 4차 산업혁명과 만나다, Issue53, 2017

에 상당한 파급 영향을 주는 4차 산업혁명의 기반 기술로 (1) 데이터분석기술(D&A), (2) 인공지능, (3) 블록체인, (4) 생체인증기술, (5) 사물인터넷 등을 꼽고 있다, 이러한 기반 기술들로 인해 핀테크, 빅테크로 대표되는 기술기업들이 금융산업에 진출하고 있으며, 금융업도 ICT 기술과 별개로 독자적으로 존립하기 어려운 상황이 되었다.

다음으로, 새로운 소비자 니즈도 변화를 초래하는 큰 요인 중 하나다. 디지털과 모바일에 익숙한 MZ세대를 비롯하여 새로운 소비자들이 금융시장에 등장했다. 이들은 비대면 거래완결과 간편함을 추구하는 디지털 네이티브들이다. 우리나라의 경우에도 사용자 인터페이스가 불편하고 복잡했던 송금시장에 토스, 카카오페이, 네이버페이 등의 간편결제 업체가 등장하여 송금 시장을 장악해 나갔다. 또한,뱅크샐러드나 보맵과 같이 자신의 재무상태에 알맞은 금융상품을 추천해주는 핀테크 플랫폼 기업들이 널리 확산된 것도 간편함과 모바일 완결을 추구하는 소비자들의 니즈변화에 기인한다.

마지막으로, 규제환경의 변화도 금융산업을 변화시키는 동인중 하나다. 우선, 최근의 금융규제 정비에 따라 새로운 금융산업들이 탄생하게 되었다. 은행분야에서는 인터넷전문은행이, 보험분야에서는 소액단기 보험사라는 인가단위가 새로 만들어졌다. 또한, 금융정보 분야에서는 마이데이터 사업이 허가대상으로 신설되었으며, 온라인투자연계금융업법을 통해 P2P 금융의 제도적 기반이 마련되었다. 한편, 금융혁신특별법을 통해 금융회사와 IT기업들은 기존의 금융규제를 우회하여 새로운 비즈니스 모델을 실험해 보는 샌드박스 제도가 도입되게 된다.

2. 금융산업 변화의 주요 트렌드(Trends)

가. 임베디드 금융(Embedded Finance)의 확산

임베디드 금융(Embedded Finance)란 비금융회사가 금융회사의 금융상품을 중개·재판매하는 것을 넘어 자사 플랫폼에 핀테크 기능을 내재화하는 것을 말한다(신경희, 2021). 이른바 비금융회사가 금융업을 제공하는 금융과 비금융간의 융·복합 서비스다. 임베디드 금융은 주로 거대한 플랫폼을 구축한 빅테크 기업에 의해 이루어진다. 이미 고객이 확보되어 있는 비금융 서비스에 금융기능을 결합하여 제공하는 방식이기 때문이다.

임베디드 금융은 비금융회사(Containers), 금융회사(Providers), 핀테크 기업(Enablers), 고객(Users) 모두에게 이점이 있다(신경희, 2021). 대규모 고객을 확보하고 있는 비금융회사와 금융기능을 제공하는 금융회사를 연결하여 고객들은 편리함을 누릴 수 있으며, 비금융회사의 확대된 수익을 금융회사와 핀테크 기업이 나누어 가질 수 있기 때문이다. 이 과정에서 비금융회사는 기존 서비스를 금융서비스 제공에 활용할 수도 있으며, 풍부한 고객 데이터를 금융서비스에 접목하여 고객에게 적합한 상품을 추천할 수 있는 장점을 지닌다.⁴⁾

4) 알리바바는 '화베이'라는 인터넷 신용카드를 2015년 4월 출시했으며 지금은 사용자가 4억 명이 넘을 정도로 급성장했다. 화베이가 성공할 수 있었던 배경에는 개인이 대출받기 쉽지 않은 중국의 경제환경도 있지만, 알리바바 쇼핑몰이라는 캡티브 마켓과 연계한 마케팅의 힘이 컸다. 화베이를 통해 결제하면 파격적인 무이자 할부 혜택을 주는 등 알리바바는 화베이의 고객층을 넓혔다. 미국의 자동차회사 GM의 앨리뱅크(Ally Bank)도 캡티브 마켓을 적극적으로 활용하는 회사다. 앨리뱅크가 제공하는 오토론을 이용하여 GM의 자동차를 구입하면 무상수리 기간을 연장해 주거나 저금리로 대출해 주는 것이다. 일본의 쇼핑몰인 라쿠텐의 라쿠텐 은행 역시 그룹 계열사를 활용해 차별화된 혜택을 제공하고 있다. 라쿠텐 은행의 전략은 슈퍼포인트

구 분	특 정
금융회사	임베디드 금융의 한 종류인 BaaS(Banking as a Service)를 활용하여 새로운 고객 기반 마련 및 새로운 수익 창출 가능
비금융회사	기존 서비스를 금융서비스 제공에 활용할 수 있고, 풍부한 고객 데이터를 기반으로 금융서비스에 접목하여 고객에게 적합한 상품 추천 가능
핀테크기업	핀테크 회사를 통한 금융서비스 제공이 증가함에 따라 새로운 기회
상품이용 고객	다른 서비스 공간에 별도로 접속하지 않아도 하나의 플랫폼 안에서 관련 금융 업무를 수행할 수 있어 편리성 증대

임베디드 금융은 온라인 상거래의 확산과 비대면 금융의 확산으로 인해 성장세를 보이고 있다(Ohnishi, 2021.5). 미국의 자산관리 회사인 라이트이어 캐피탈(Lightyear Capital)은 임베디드 금융시장 규모가 미국에서만 2020년 225억 달러에서 2025년에는 2298억 달러, 전 세계적으로는 2030년까지 약 7조 2천억달러에 이를 것으로 전망하고 있다(Forbes, Uber's Departure From Financial Services, 2020.8.3.).

임베디드 금융의 성장은 금융회사의 역할을 변모시킨다. 임베디드 금융이 확산되면 고객과의 접점은 대규모 빅테크 회사가 전담하기 때문에, 전통적인 금융회사들은 핀테크 기술을 통해 빅테크 플랫폼에 금융서비스(Bank-as-a-Service)를 제공하는 파트너쉽을 맺게 된다. 실제로 미국의 주요 금융기관들도 임베디드 금융과 관련한 핀테크 기술을 확보하는 데에 역량을 집중하고 있다. Conerstone Advisors의 조사에 따르면 BaaS 서비스를 개발 중인 미국의 은행은 전체의 10%에 달하며⁵⁾, 대다수의 은행은 핀테크 기업 및 BIP(BaaS Infrastructure Providers)와의 협업을 강화하고 있다(Forbes, The Top 5 Trends In Fintech And Banking for 2022, 21.12). 예컨대, 미국의 신용카드사인 비자(VISA)는 API 뱅킹 서비스를 제공하는 미국 핀테크 기업 Plaid를 인수했으며, 스페인의 은행그룹 BBVA는 신용카드, 결제, 예금기능 등을 위한 API 제품군을 제공하는 BBVA 오픈 플랫폼을 미국에 출시했다.

서비스다. 라쿠텐 그룹 내의 모든 계열사를 연결해 포인트를 통합했으며, 쇼핑몰에서 쌓은 포인트를 은행에서도 사용할 수 있게 한 것이다. 라쿠텐은 슈퍼포인트 전략을 통해 계열사의 고객들을 자연스럽게 흡수하고 있다.

5) API에 투자 또는 개발을 진행하는 은행/신용조합의 비율은 '21년 47%, '22년 25%로 집계되었다.(Forbes, 2021.12)

(참고) 국·내외 임베디드 금융 기업 사례

기 업	사 례
쇼피파이 (Shopify)	- 핀테크 업체 어firm(Affirm)과 파트너십을 맺고 자사 플랫폼 이용 고객이 일정 금액의 상품을 무이자 할부로 구매할 수 있도록 하는 할부금융 서비스 제공 - 고객은 신용카드가 없더라도 쇼피파이 앱 내에서 체크아웃을 할 때 제공되는 옵션을 간편하게 선택
아마존 (Amazon)	- 입점업체 대상 대출 프로그램인 아마존 렌딩(Amazon Lending)을 운영
네이버 파이낸셜	- 대안신용평가시스템(ACSS)을 통한 신용대출 등의 금융서비스를 제공하고 있으며 보험 등에도 진출 예정
카카오	- 결제, 은행, 증권에 이어 디지털 손해보험 인가

임베디드 금융의 큰 특징 중 하나는 “언번들링(Unbundling)”이다. 금융회사들과 같이 지급 결제, 대출, 자산관리, 보험 등에 이르는 모든 금융서비스를 제공하는 것이 아니라, 이를 해체, 분리하고 하나의 서비스만을 효과적으로 전달하는 방식이다. 그리고 해체된 서비스를 고객들의 니즈에 맞추어 재조합(re-bundling)하여 새로운 고부가가치 서비스를 만들어내는 것이다(Nomakuchi, 2018). 언번들링과 리번들링이 일어나는 이유는 복잡한 금융서비스를 재조합하여 고객의 편의를 제고하는 것이지만, 언번들링 과정에서 소위 말하는 “기울어진 운동장”의 문제가 발생하기도 한다. 빅테크 기업은 다양한 금융서비스를 해체하여 수행함으로써 진입규제나 영업규제, 건전성 규제를 회피하고 있기 때문이다.

나. 금융산업의 플랫폼 비즈니스화

임베디드 금융의 확산과 함께 금융산업의 플랫폼 경쟁도 본격화되었다. 금융회사는 더 이상 금융상품의 유일한 판매채널이 아니다. 금융업에서도 플랫폼의 중요성이 커지는 것이다(KPMG, 2017).

물론, 금융산업에서 플랫폼을 설립하려는 시도는 과거에도 존재하였다. 대표적 사례는 자산운용사와 증권유관기관 47곳이 참여한 “펀드슈퍼마켓(펀드온라인코리아)”이다. 다양한 자산운용사의 펀드상품을 한 사이트에서 구입할 수 있다는 것을 중요한 가치로 펀드슈퍼마켓(펀드온라인코리아)이 2013년 출범하였으며, 이는 초보적 단계에서 금융산업의 플랫폼화를 추진한 사례다. 그러나 펀드슈퍼마켓 사업은 좋은 성과를 거두지는 못한 것으로 평가된다. 치열한 온라인 펀드시장에서 별다른 차별점을 보이지 못하고, 매년 영업이익이 적자를 기록했다. 2014년 말 89억원 수준이었던 결손금은 2019년 397억원으로 증가했으며, 현재 자본총계가 자본금보다 낮은 부분자본잠식 상태에 빠져있다.

펀드온라인코리아의 플랫폼 전략이 성공을 거두지 못한 데에는 여러 가지 이유가 있다. 그 중 하나로 데이터 전략의 부재를 꼽을 수 있다. 플랫폼이 양(+)의 네트워크 효과를 창출하기 위해서는 데이터 수집을 통한 큐레이팅 서비스와 개인에 대한 맞춤형 서비스 제공이 필요하다.

그러나 펀드온라인코리아는 개별화된 자산관리 서비스를 제공하지도 못했고, 소비자들의 편의성을 제고하지도 못했다. 단순히 다양한 금융상품만을 한 곳에 집결시켜 둔 정리되지 않은 플랫폼에 불과했다.

그러나 최근 진행되고 있는 금융산업의 플랫폼화는 과거와는 완전히 다른 양상으로 진행되고 있다. 먼저, 금융권에서도 과거와 달리 금융소비자의 니즈와 성향을 분석할 수 있는 데이터 기반이 마련되었다. 오픈뱅킹 시스템이 도입된 이후 하나의 금융앱에서 여러 은행의 자산을 관리할 수 있으며, 마이데이터 산업의 출범은 고객들의 금융 데이터를 통합관리할 수 있는 비즈니스 환경을 만들었다. 데이터 비즈니스는 고객들의 금융니즈를 보다 정확하게 파악하게 만드는 동시에, 금융산업의 제조와 판매의 분리를 가속화시킬 것이다. 금융 데이터가 마이데이터 산업으로 집결되면서 거대한 금융플랫폼 기업이 탄생할 수 있는 “기술적” 여건이 마련된 것이다.

금융산업의 플랫폼화의 또 다른 양상은 금융회사의 업무영역 확대다. 임베디드 금융이 비금융회사의 금융화라면, 금융회사 역시 비금융 사업으로 업무영역을 확장하는 이른바 “디지털 유니버스 뱅크(Digital Universe Bank)” 전략을 구사하고 있다. 금융과 비금융을 결합한 서비스를 통해 새로운 고객경험(User Experience)을 제공하고, 잠재고객을 적은 비용으로 확보하는 것이다. 이는 아래와 같이 우리나라 뿐만 아니라, 해외에서도 나타나고 있는 금융업의 트렌드 보 볼 수 있다.

해외 은행들의 플랫폼 운영

은행 구분	주요내용
싱가포르 DBS	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 금융 서비스와 연관된 생활편의 서비스* 플랫폼을 구축하여 원스톱 서비스 제공 * 주택, 자동차, 여행, 전력·통신, 중소기업인 자문 등
인도 State Bank of India	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 금융·비금융 서비스 플랫폼인 Yono를 통해 실시간 고객 데이터* 확보 * 금융, 여행, 교육, 도서, 쇼핑 등
터키 Deniz Bank	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 농업인을 위한 컨설팅 및 금융서비스 플랫폼인 Deniz Den을 통해 사회적 가치 제고
스페인 BBVA	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 구인구직 플랫폼*(yo soy empleo)으로 청년 구직 지원, 부동산 자문 플랫폼(Valora)을 통해 잠재고객 확보 * 구직자 커뮤니티 활동과 은행 기업고객 신용정보 등을 활용하여 매칭하고, 채용기업에는 금융 혜택(이자 감면 등) 부여

*출처: 하나금융연구소(은행의 플랫폼 비즈니스 활성화를 위한 과제(21.1.29) 수정

우리나라 은행들의 생활밀착형 플랫폼화 사례

구분	서비스 명칭	세부사항
배달	신한은행 땡겨요	앱에서 가맹점 음식 주문시 배달
	우리은행 My편의점	우리WON뱅킹에서 세븐일레븐 15,000원 이상 주문시 배달
택배	우리은행 My택배	우리WON뱅킹에서 방문, 편의점 택배예약
	농협은행 올원플라워	한국화훼농협의 꽃다발, 화한 구입후 당일배송
쇼핑	농협은행 라이블리	국내산 축산물 전문 판매채널
부동산	국민은행 KB부동산	부동산 매물별 가격서비스
	하나은행 리치고부동산	학군·교통·시세 등 부동산 정보정리
휴대폰	국민은행 리브엠	알뜰폰 구입
자동차	하나은행 윈더카 직거래	비대면 중고차 직거래 서비스
	국민은행 KB스타뱅킹 연결	KB차차차와 연결

한편, 금융산업의 플랫폼화는 소비자 접점을 두고도 혁신과 경쟁이 벌어진다는 것을 뜻한다. 지금까지와는 다른 소비자인 밀레니얼의 등장은 금융산업이 고객접점을 두고 새로운 경쟁을 벌여야한다는 것을 뜻한다. 밀레니얼은 디지털에 익숙하고 모바일 등 비대면 수단을 통한 업무처리를 선호한다.(KPMG, 2021) 이러한 밀레니얼의 특성은 금융 서비스를 비대면화, 개인 맞춤화, 편의성, 고객경험 최적화의 형태로 변모시킬 것이다. 따라서 얼마나 금융회사가 편리하고 간결한 고객경험을 제공하느냐 여부가 향후 (플랫폼으로서의) 금융산업의 경쟁력을 가를 주요 변수가 될 것이다.

다. 금융-테크 파트너십의 대두⁶⁾

금융업계도 기술환경의 변화에 직접적으로 노출되어 있다. AI와 데이터 기반 서비스가 보편화 되고 있으며, 장기적으로는 고객 데이터 분석에 기반한 개인화·맞춤화된 금융서비스가 점차 확산될 것이다.

금융회사의 입장에서는 다양한 방식을 통해 디지털 트랜스포메이션에 대응할 수 있을 것이다. 장기적으로는 금융회사내의 기술·디지털 인력을 양성하거나, 기술회사를 인수합병하여 디지털 역량을 강화하는 것이 효과적인 방법이 될 수 있다. 그러나 단기적으로는 금융산업과 기술 기업간의 전략적 제휴관계를 구축하는 것이 방안이 될 수 있다. 금융회사 단일의 역량으로 대

6) 그 외, 비효율적이던 금융 네트워크를 핀테크가 대체하는 것도 주요한 변화 트렌드다.프로세스의 혁신을 통해 기존 금융회사 보다 저렴한 금융서비스를 제공하는 것이다. 금융산업은 다른 서비스업에 비해 혁신적인 서비스가 등장하기 어려운 편이다. 금융산업은 대표적인 규제 산업으로서 금융당국으로부터 영업방식에 대해 엄격한 규제를 받고 있기 때문이다. 이로 인해 금융회사들은 금융서비스의 차별화보다 가격, 또는 금리경쟁에 노출되게 되었다(Carletti, 2008; Schargrotsky & Sturzenegger, 2000). 동일한 서비스를 얼마나 낮은 가격으로 고객에게 전달할 수 있는지가 중요하며, 이에 따라 업무 프로세스의 간결화·효율화는 더욱 중요해졌다(Devlin, 1995). 송금·결제분야는 핀테크의 효율적 프로세스가 혁신을 주도하고 있는 분야다. 기존 금융기관들의 해외송금 네트워크는 SWIFT였다. 그러나 SWIFT는 이해관계자가 많아 수수료가 여러 번 발생하는 구조다. 이에 핀테크들은 효율적 네트워크를 제시했다. 미국의 트랜스퍼와이즈, 한국의 소액해외송금업체 등은 네팅(Netting), 페어링(Paring), 풀링(Pooling) 등의 방식으로 해외송금을 간소화했다. 효율적인 핀테크 네트워크가 전통적 금융 네트워크를 대체해 나가고 있는 것이다.

응하기에는 금융산업이 급격하게 변화하고 있으나, 스스로 디지털 역량을 강화하는 데에는 오랜 시간이 소요되기 때문이다.

최근 KT와 신한은행이 4375억원 규모의 지분교환을 한 것은 파트너십의 대표적 사례다. 양사는 디지털 플랫폼 역량과 금융 노하우를 접목하고자 한다. KT는 데이터 분석, 자연어 처리 등 AI 역량을, 신한은행은 금융 데이터를 기반으로 사업모델을 완성하는 식이다. 그 외에도 국민은행과 LG 유플러스의 알뜰폰 협력, 우리은행과 KT의 마이데이터사업 협력, 신한은행과 SKT의 데이터 협력(솔비즈와 통신데이터 결합), 네이버와 미래에셋증권의 지분교환 등 금융사와 테크기업간의 파트너십은 금융회사의 대표적인 전략으로 자리잡고 있다.

<글로벌 빅테크 기업의 금융서비스 제공현황>

구분	알리바바	텐센트	바이두	구글	아마존	페이스북	애플	삼성전자	마이크로소프트	Vodafone	Mercado Libre
지급 결제	Alipay	Tenpay	Baidu Wallet	Google Pay	Amazon Pay	Messenger Pay	Apple Pay	Samsung Pay	Microsoft Pay	M-Pesa	Mercado Pago
	중국 최대 모바일 결제 플랫폼	중국 상위 2번째 모바일 결제 플랫폼	페이팔 협력	신용카드 네트워크 활용	신용카드 네트워크 활용	신용카드 네트워크 활용	신용카드 네트워크 활용	신용카드 네트워크 활용	신용카드 네트워크 활용	동아프리카 및 인도 32만명에게 서비스 제공 중	라틴아메리카 8개국에 서비스 제공
온라인 대출	MYBank	WeBank	Baixin Bank	P2P대출	아마존 렌딩	Chrged (광고비 환불 서비스)	-	-	-	M-Shwari	Mercado Crédito
	시골지역 중소기업 및 온라인 상점 대출	개인 소액 대출	금융상품 및 소액대출	렌딩클럽(P2P) 제휴	중소기업 또는 물류·배송업체에 대한 저금리 대출	캐나다 핀테크 회사인 클리어뱅크와 제휴	-	-	-	-	소매 및 중소기업 소액 대출
자산 관리	Yu'e Bao (글로벌 최대 MMF 운용)	뮤추얼펀드 라이선스 획득	-	-	-	-	-	-	-	-	과일렛 테스트 중
보험	온라인 보험사 중앙보험 공동 설립		조인트 벤처 설립 (알리안츠, 힐 하우스 캐피탈)	구글캡 페어(보험 비교 사이트) * 최근 서비스 중단	보험가 격비교 사이트 설립, JP모건 채이스 및 버크셔해 서웨이와 함께 헬스케어 회사 설립	-	알리안츠 사이버 보험 할인 제공	-	-	-	과일렛 테스트 중

* (출처) 금융감독원, 글로벌 핀테크 10대 트렌드 및 시사점(2019.6)
FinTech and market structure in financial service(FSB, '19.2월), 해외 언론 기사

3. 금융혁신에 따른 새로운 정책과제들

가. 임베디드 금융: 비즈니스모델과 인가단위의 불일치

임베디드 금융의 확산에 따라 금융업무의 해체(언번들링, Unbundling)과 재조합(Rebundling)에 대한 니즈도 확대되고 있다. 네이버, 삼성전자, SKT 등의 비금융회사들이 자사의 플랫폼에

탑재하고자 하는 기능들은 은행업, 보험업, 금융투자업과 관련한 전체(whole) 금융서비스가 아니라, 아주 작은(partial) 금융서비스에 불과하다. 예컨대, 네이버페이(네이버파이낸셜)는 신용카드사의 모든 금융서비스를 공급하는 것이 아니라, 30~50만원 수준의 소액 후불결제(여신기능) 서비스를 함께 제공하기를 바라고 있다. 카카오페이는 자사의 플랫폼에서 모든 보험사의 기능을 수행하는 것이 아니라, 보험상품의 중개(판매)기능만을 수행하기를 원한다. 또는, 어떤 플랫폼의 경우 금융거래 데이터만 수집하기를 바랄 수도 있으며, 고객들의 분산된 은행계좌에 지급명령을 전달하는 기능만 수행하고 싶어하는 빅테크 기업이 존재할 수도 있다.

그러나 오늘날 금융산업에 진입하기 위한 인가단위는 빅테크 기업들이 원하는 부분(partial) 인가 방식이 아니라, 전체(whole) 인가 방식을 취하고 있다. 우리나라의 금융업 인가단위는 매우 큰 덩어리로 이루어져 있는 것이다.⁷⁾ 높은 물적요건과 인적요건을 부여한 뒤, 엄선된 소수의 기업에게만 많은 금융행위를 인가하는 방식이다.

여기에서 빅테크 기업들이 수행하는 비즈니스 모델과 금융당국이 제공하는 인가단위 간의 불일치가 발생하게 된다. 오늘날의 금융법규는 30~50만원 수준의 소액 후불결제 서비스를 부가적으로 결합하고자 하는 네이버페이에게 신용카드업이나 대부업, 또는 은행업 인가를 받게끔 강요하고 있는 셈이다.

이러한 인가단위는 IT 기술과 금융서비스가 결합되고 있는 임베디드 금융의 관점에서 볼 때에는 낡은 방식일 수밖에 없다. 금융서비스(비즈니스 모델)가 언번들링(Unbundling) 된다는 것은, 논리적으로 금융업의 진입장벽인 인가단위도 작은 단위로 언번들링(Unbundling)되어야 한다는 것을 뜻하기 때문이다. 즉, 빅테크, 핀테크 기업들에게 필요한 부분적(partial) 금융서비스(비즈니스 모델)를 인가하는 “스몰 라이선스(Small-License)” 방식, 또는 더 나아가 비즈니스 모델에 따라 필요한 인가단위를 제공하는 “비스포크 라이선스(Bespoke-License)”에 대한 논의가 필요한 시점이라 생각한다.

나. 금융업의 플랫폼화 : 비즈니스 모델과 진입/영업규제의 불일치

금융업에도 플랫폼 비즈니스 모델이 등장함에 따라 이를 규율한 새로운 규제에 대한 수요도 커지고 있다.⁸⁾ 만약 플랫폼을 통한 금융상품의 자문/중개 행위가 보편화된다면 지금과 같이 오프라인 판매채널을 염두에 두고 만들어진 판매/영업규제는 금융의 플랫폼화를 저해하는 요인이 될 수밖에 없다. 플랫폼 기업의 물적기반/기술기반/영업방식을 전통적인 오프라인 판매채널과 동일하게 취급할 수는 없기 때문이다.

7) 오늘날과 같은 인가단위가 형성된 것의 논리적 이유는 무엇일까. 아마도 유사한 업무를 한 기관에서 동시에 수행하는 것이 효율적, 안정적이었기 때문일 것이다. 예컨대 은행의 경우 예금/대출/환입무를 동시에 수행하는 것이 과거의 기술적 환경에서는 가장 효율적이었기 때문이다. 또한, 증권업과 예대업무를 함께 수행하는 것이 금융안정을 해칠 수 있기 때문에 이를 다른 인가단위로 분리해 둔 것이다. 그러나 기술환경의 변화에 따라 어떤 업무를 함께 하는 것이 효율적인지, 어떤 업무를 함께 해야 금융안정을 지킬 수 있는지는 기술환경 등에 따라 변화할 수밖에 없다.

8) 금융 플랫폼의 발전에 따라 금융 플랫폼은 더 이상 금융상품을 광고하는 기능에 머물지 않고, 금융상품의 판매업자로서 기능하고 있다. 즉, 금융 플랫폼은 더 이상 광고판로서의 플랫폼(Platform-as-a-Advertiser)이 아니라, 판매업자/중개업자로서의 플랫폼(Platform-as-a-Seller)로서 역할하고 있다. 이에 따라 금융위원회는 금융소비자보호법에 따라 플랫폼의 상품비교, 중개행위를 금지한 바 있다.(금융위원회, '21.9.7일) 온라인 플랫폼이 “중개업 등록없이” 보험, 대출, 펀드 상품의 판매하는 행위를 금지한 것이다. 이하는 <금융위원회가 금지한 핀테크 기업의 영업행위>

플랫폼은 오프라인 판매채널과 달리 ❶사람이 아닌 알고리즘에 기반하여 영업/판매행위를 하고 있으며, ❷별도의 지점이 필요 없고 대량판매가 가능해 비용구조가 낮다. 데이터 분석과 네트워크 효과를 바탕으로 규모의 경제를 특징으로 하는 것이다. 또한, ❸빅테크 플랫폼의 경우는 친숙한 브랜드를 무기로 사람들에게 높은 신뢰관계를 형성하고 있다.

그러나 오늘날의 대부분의 금융회사에 대한 영업/판매규제는 전통적인 판매채널을 전제하고 있다. 플랫폼 판매와 달리 전통적인 판매채널들은 ❶보험설계사 등 사람에 기반한 영업활동을 펼치고 있으며, ❷물리적 공간, 인력 등을 필요로 하기 때문에 비용구조가 높고, ❸브랜드 가치가 낮을 수밖에 없다. 따라서 금융규제도 이러한 전통적인 오프라인 영업방식에 맞추어 만들어져 있다.

예컨대, 보험대리점에 대한 진입규제와 영업규제를 살펴보자. 오늘날 보험대리점은 임직원의 10% 이상이 보험설계사 자격을 보유할 것을 요구하고 있다(인적규제). 또한, 보험사별로 3억원 이하의 영업보증금을 예치할 것을 요구한다(자본규제). 그리고 다양한 상품판매를 위해 1개 회사상품의 비중이 25%를 초과해서도 안된다(25%룰). 보험설계사의 보수도 엄격한 규제를 받는다. 설계사의 중개수수료는 월납보험료의 12배로 제한된다(1,200%룰).

그러나 오프라인 판매채널에 대한 규제를 플랫폼 판매채널에 동일하게 적용할 필요는 없을 것이다. 알고리즘에 따라 상품을 판매하는 플랫폼 기업에게 보험설계사 자격증 보유를 강요할 수는 없는 것이다. 아울러, 1,200%룰과 같이 보수를 일정규모로 제한하는 규제도 알고리즘 판매방식에 맞추어 정비되어야 할 것이다. 동시에 네트워크 효과와 빅데이터 분석을 토대로 금융상품을 대량 판매하게 되는 시장 지배적 플랫폼이 등장한다면, 그 규모에 걸맞는 자본규제와 일정규모 이상의 손실배상 여력 확보의무를 부과하는 작업도 필요하다.

다. 소비행태와 소비자보호 장치의 불일치

금융서비스의 소비채널이 은행계좌에서 간편결제로 급격히 이동하고 있다. 금융감독원(2020)에 따르면 간편결제업체들의 미상환잔액은 1.67조원에 달하며, 네이버페이낸셜, 카카오페이, 토스, 코나아이 등 4대 전자금융업자의 충전금 잔액규모는 1.05조원 수준으로 각사가 공시를 시작한 2021년 3월(7835억원)보다 28%가 증가했다. 기존 결제(지급)산업의 강자였던 카드사들도 별도 선불충전 기능을 만들어 대응했지만 가시적인 실적은 나타나지 않았다. 결제시장에서 카드사와 은행의 입지가 줄어들고 있으며 전자금융업자의 점유율이 점차 커지고 있는 것이다.

	영업행위	가부	사유
1	핀테크앱의 투자메뉴에서 상품정보 제공후 플랫폼 안에서 계약진행	불가	소비자가 계약주체를 핀테크 플랫폼으로 인지할 가능성
2	OO가 추천하는 인기보험 등 금융상품 비교/추천	불가	장재고객 발굴, 가입유도 등 판매과정에 해당
3	소비자가 보험상담 의뢰하면 설계사에게 연결	불가	플랫폼이 판매업자면 중개, 판매업자 아니면 자문
4	소비자의 보험가입정보를 제휴사를 통해 분석, 보완할 상품 추천	불가	분석에 그치지 않고 보험설계 등이 병행

그러나 간편결제 비중의 증가에 반해 소비자보호 기능은 여전히 부족하다. 대표적인 간편결제 솔루션인 선불충전금의 경우, 업체의 경영이 악화되거나 도산, 분식회계 등의 문제가 발생했을 때 선불충전금을 돌려받을 수 있는 이용자 예금보험과 같은 보호장치가 존재하지 않는다. 한편, 전자금융업자의 자본 건전성 규제에 대한 우려의 목소리도 크다. 물론 2020년, ‘전자금융업자의 이용자 자금 보호 가이드라인’을 통해 외부기관의 신탁의무, 지급보증가입의무, 공시의무를 부여하고 있으나 여전히 법적 구속력은 미비한 상황이다.⁹⁾

선불지급금의 증가에 따라 고객들도 겪는 불편함이 크다. 선불충전금은 유사수신금지법에 따라 예금으로 취급되지 못하기 때문에 이자를 지급하지 못한다. 그러나 유사수신금지법의 취지가 불법 수신행위 규제를 통한 사기행위 예방이라는 점을 감안한다면, 대형 전자금융업자에 대해 이자지급을 일률적으로 금지하는 규제를 재고해볼 필요가 있다. 대형 전자금융업자들이 충전금을 미끼로 사기행위를 벌일 가능성은 현저히 낮고 잠재적 가능성에 불과한 반면, 이자를 지급하지 않음으로서 겪는 소비자들의 불편함은 직접적이고, 현실로 나타나고 있기 때문이다.

한편, 소매금융의 밸류체인에서 플랫폼 기업의 비중이 점차 커진다는 것은 플랫폼 기업의 책임도 그만큼 커져야 한다는 것을 뜻한다. 그러나 우리나라의 금융소비자보호법규는 플랫폼 기업에 대해 직접적인 배상책임을 지우지 않고 있다. 금융소비자보호법 제45조는 은행과 같은 금융상품 직접 판매업자가 빅테크의 선임, 감독, 손해방지 노력의 최종적인 책임을 지도록 규정하고 있다. 그러나 금융시장에서 플랫폼 기업의 역할이 커져감에 따라 플랫폼 기업에 대해서도 소비자 보호에 대한 책임이 구체적이고 명시적으로 규정될 필요가 있다.¹⁰⁾

라. 공정한 경쟁환경 조성 : 테크기업과 금융회사간의 상이한 규제수준

금융회사를 중심으로 공정한 경쟁환경 조성에 대한 목소리도 크다. 임베디드 금융의 확산에 따라 두 서비스의 결합양상이 비금융업 → 금융업으로 진행되고 있는 반면, 금융회사들의 업무영역 확대(금융 → 비금융)는 금산분리 규제 등으로 엄격하게 금지되어 있는 것이 현실이다.¹¹⁾

9) 전자금융업자의 건전성에 대해서는 20%의 자기자본 규제만 존재하기 때문에 100억원의 자본금 보유시 500억원 규모의 충전금을 유치할 수 있다. 2020년 금융감독원이 가이드라인을 통해 전자금융업자들이 선불충전금을 고유자산과 구분해 외부기관에 신탁하거나 지급보증보험에 가입하도록 했다. 그러나 가이드라인 형식이라 금융당국이 전금업자들을 강제할 수단은 없다.

10) 또한, 플랫폼의 독과점화 가능성을 염두에 두고, 이로 인한 소비자 선택권의 제약문제를 감안해야 한다. 플랫폼은 네트워크 효과를 통해 데이터를 독점하고, 이러한 데이터 우위가 경쟁우위로 이어질 가능성이 높다. 이는 궁극적으로 소비자 선택권을 제한하게 될 수도 있는 것이다. 미국과 EU 등 해외에서는 거대 플랫폼 기업들의 독과점 문제가 점점 커지고 있다. EU에서는 거대 IT 기업들을 게이트키퍼로 규정하고 있으며, 미국에서는 거대 플랫폼을 대상으로 하는 반독점 법안이 논의 중에 있다. 그러나 플랫폼 기업의 독과점을 규제하는 것은 오히려 혁신을 저해할 가능성도 존재한다. 규모의 경제와 범위의 경제를 바탕으로 작동하는 플랫폼 기업에 대해 강력한 반독점 규제를 적용한다면 플랫폼 기업이 성장하는 데에 큰 장애 요인으로 작용하기 때문이다. 따라서 플랫폼 기업의 성장과 혁신, 독과점 횡포로부터의 소비자 보호라는 상반되는 가치 사이에서 적합한 규제수준이 결정될 필요가 있다.

11) 물론 금융규제 샌드박스(Sandbox)와 같은 금융규제혁신 제도를 활용해 비금융 서비스 겸업 시도가 나타나고 있다. KB국민은행의 리브로(스마트폰 판매), 신한은행의 배달앱(땡겨요), 우리은행의 택배배달, 픽업서비스(마이택배) 등이 대표적이다. 그러나 샌드박스 제도는 규제배제의 만료기한이 존재함(2년~4년) 뿐만 아니라, 금융당국의 입장에서 금융규제의 근간에 대한 예외를 허용하는 부담을 질 수 밖에 없다.

오늘날 금융회사의 비금융 서비스 진출을 막고 있는 대표적인 규제장벽을 몇가지만 열거하면 다음과 같다. ❶금융회사들은 금산분리 규제에 의해 비금융 자회사를 보유하는 것이 불가능하다. 특히, 은행들은 은산분리로 비금융 자회사 지분을 15%까지 밖에 소유하지 못한다. ❷은행법에 따라 은행은 예대업무와 같은 본질적 업무 이외에도 부수업무와 겸영업무를 영위할 수 있으나, 은행이 수행할 수 있는 부가적 업무들은 파지티브(positive) 방식으로 한정되어 있을 뿐이다. ❸금융지주사의 경우 계열사끼리 정보공유가 금지되어 있다. 이에 따라 소비자 편의성을 극대화하거나 금융회사의 플랫폼화를 위한 “원앱(One-App)”의 탄생이 어렵다.

위와 같이 금융플랫폼 경쟁에서 비대칭적인 규제가 적용되는 것은 시장의 선별기능을 왜곡하여 경쟁과 혁신을 저해하는 요인으로 작용할 가능성이 크다. 금융회사도 네트워크 효과를 충분히 누리 좋은 금융상품을 큐레이팅할 수 있는 역량을 갖춘다면 경쟁력 있는 금융플랫폼이 될 수 있음에도 불구하고, 이러한 기회는 비금융회사에게 유리하게 열려있는 것이다. 이는 금융플랫폼 경쟁에서 금융회사의 도전기회를 애초부터 차단하는 소위 “기울어진 운동장”에 해당할 수 있다. 즉, IT와 금융의 융합을 통한 범위의 경제를 실현하기 위해서 비금융 → 금융으로의 진출경로와 동일하게, 금융 → 비금융으로의 진출도 원활히 이루어질 필요가 있다.

한편, 플랫폼 기업들이 공정한 경쟁질서를 해칠 가능성도 염두에 두어야 한다(R.Zamil & A.Lawson, 2022). 오늘날 플랫폼 기업들은 수많은 산업에 진출하고 있으며, ❶자사의 재화나 용역을 플랫폼에 우선 노출시키는 전략(자기선호, Self-Preferencing)을 사용한다. 이 과정에서 자사에 유리한 큐레이팅을 실시하는 알고리즘 조작의 가능성도 배제할 수 없다. ❷또한, 새로운 신생기업을 공격적으로 인수합병하여 새로운 혁신을 막는다는 비판도 제기된다. ❸마지막으로, 시장지배적 지위를 남용하여 참여자들에게 유리한 가격이나 서비스를 강요하는 문제에 대한 보완책도 필요한 상황이다(최혜국 대우 강요).

마. 플랫폼이 만들어내는 부정적 외부효과의 내부화

플랫폼의 핵심기능은 3가지로 구성된다(M. Alstytne et al, 2017). 끌어오기(pull), 촉진하기(facilitate), 매칭하기(match)다. 보다 구체적으로 설명하면 플랫폼은 ❶네트워크 효과를 통해 수요자와 공급자를 참여시키고(pull), ❷데이터 수집과 큐레이션을 통해 적합한 수요자와 공급자를 매칭시키고(match), ❸각 참여자에게 교환에 대한 보상을 지급하는 것으로 이루어진다. ❹다시 긍정적 보상을 받은 참여자들은 플랫폼에 다시 참여하게 된다. 이 과정에서 어떠한 참여자에게 어떤 보상을 지급할 것인지는 전적으로 플랫폼의 정책(policy)에 달려있다. 네이버 뉴스와 같은 플랫폼은 클릭수가 많은 신문 기사를 상단에 띄워주는 보상을 플랫폼이 할 수 있으며, 유튜브와 같은 플랫폼은 영상 공급자에게 조회수나 시청시간에 맞추어 금전적 보상을 지급할 수도 있다. 또는 좋아요와 구독을 클릭하는 것과 같이 소비자가 공급자에게 직접 보상을 지급하는 경우도 가능하다.

플랫폼은 핵심기능을 수행하는 과정에 해당 생태계의 규율을 정립하게 된다. 어떤 참여자에게 어떠한 보상을 주어, 다시 플랫폼에 참여하는 과정을 강화할 것인지는 플랫폼이 정립하는 플랫폼 생태계의 규율에 따른다. 즉, 플랫폼은 누구에게 어떠한 보상이나 처벌을 주어, 그 행위

를 강화시킬지, 약화시킬지를 결정하는 규율정립 기능을 담당한다.

그러나 이러한 규율정립 기능은 외부효과를 발생시킨다. 플랫폼이 이윤극대화를 위해 최적이라고 생각하는 규율과 사회적 관점에서의 최적 규율이 다를 수 있는 것이다. 예컨대, 네이버의 입장에서는 클릭수를 기준으로 언론사에게 보상을 지급하는 것이 이윤극대화를 위한 전략이 될 수 있지만, 그 결과 언론산업의 품질(저널리즘)은 후퇴할 가능성도 존재한다. 네이버는 클릭수라는 규칙을 정립하여 자극적인 제목과 선정적인 내용을 강화하는 유인구조를 설계하였기 때문이다. 한편, 법률 플랫폼이 변호사의 수임료를 기준으로 수요자와 공급자간의 교환을 촉진시킨다면, 이는 지나친 가격경쟁으로 법률 서비스의 품질을 저하시키는 요인이 될 수도 있다. 즉, 플랫폼 기업이 수행하는 핵심기능들은 “규율정립”을 포함하고 있으며, 이는 플랫폼 생태계 참여자들의 행동구조를 변화시키고, 산업전체의 경쟁력을 좌우하기도 한다.

IV. 해외의 플랫폼 규제동향

<국가별 디지털은행 관련 인허가 제도 개관(BIS, 2022)>

	중국	EU	홍콩	한국	싱가포르	UK	US
인가 종류	· 시중은행, 또는 온라인뱅크	· 시중은행	· 디지털뱅크	· 인터넷전문은행	· 2가지로 운영 - Digital Full Bank - Digital Wholesale Bank	· 시중은행	· 금융핀테크는 시중은행 가능, · 비금융 핀테크는 산업 대출 회사 (ILC)만 가능
소유 규제	· 30% 지분한도 · 지주회사 형태 필수(특정 요건 시)	-	· 50% 이상 보 유시 중간금융 지주회사 형태 필수	· 34% 지분한도	DFB의 경우 싱 가포르에 본사주재 의무	-	ILC 모회사는 통합감독 면제, 다만, FDIC와의 협의 필요
지배 구조	기존은행과 동일	기존은행과 동일	임원의 기술전문 성 요구	기존은행과 동일	시중은행과 동일 다만, 페이즈인 (Phase-in) 5년 간은 겸직가능	기존은행과 동일	ILC 모회사의 의결권은 50% 이하로 제한
경쟁 규제	금융지주사에 반 독점 의무부여	공격적 가격경쟁 은 리스크요인으 로 취급	공격적 가격책정 을 감독대상으로 간주	금융법, 경쟁법 위반시 대주주 (>10%) 자격요 건 상실	시장 파괴적 행 위를 감독	기존은행과 동일	기존은행과 동일
자본 규제	기존은행과 동일	높은 수준요구	기존은행과 동일	인가시 시중은행 보다 낮은 자본 요건 부여	페이즈인 기간 이후에는 기존 은행과 동일	기존은행과 동일	ILC뱅크의 자본 규제가 기존은행 보다 높음
모회 사 규제	2년 연속 흑자	존재	존재	존재	존재	존재	존재

V. 플랫폼 시대의 새로운 금융규제

앞서 살펴본 금융혁신의 트렌드와 새로운 정책과제들을 감안하면, 금융 플랫폼의 등장에 따른 새로운 규제의 방향은 다음과 같다.

❶ 먼저, 규제에 대한 수요-공급 불일치를 해소하는 것이다. 임베디드 금융의 확산과 금융의 플랫폼화에 따라 금융회사와 빅테크 기업의 비즈니스 모델은 과거와 완전히 다르게 변화하고 있다. 금융서비스의 언변들링, 판매채널 변화, 타 서비스와의 결합, 리변들링이 일어나고 있다. 그러나 과거의 기술환경, 오프라인 영업지점에 기반을 두고 있는 오늘날의 금융규제로는 새롭게 등장한 비즈니스 모델(규제수요)을 따라가기가 어렵다.

❷ 한편, 플랫폼의 사회적 책임성 강화도 반드시 달성해야할 정책 가치다. 플랫폼은 규율정립의 기능을 수행하는 등 사회적 인프라로서의 특성이 강하다.¹²⁾ 따라서 플랫폼 기업 역시 금융회사와 유사한 수준의 공정성 규제를 설계하는 작업이 필요하다.

<플랫폼 경제에서 주안점을 두어야할 새로운 정책목표들>

정책목표	금융혁신	금융의 공공성
	영업행위- 규제 간 불일치 해소	인프라로서의 플랫폼 (플랫폼의 공정성 강화)
세부과제	①스몰라이센스, 비스포크 라이선스, 금융회사 인가단위 신설 ②판매채널 규제 재정비 ①금산분리 원칙에 대한 재검토 ②금융회사 업무규제 네거티브화 ③금융지주사 내의 시너지 강화 ①플랫폼의 판매책임 강화	①알고리즘의 공정성 보장 ②플랫폼 지배구조의 민주화 ③디지털세 도입 ④플랫폼에 금융복지 의무부여

1. 영업행위(규제수요) - 실제규제(규제공급) 간의 불일치 해소

가. 인가단위 정비 - 인가단위의 언변들링, 새로운 인가단위 신설

앞서 말했듯이, 빅테크 등 플랫폼 기업의 영업행위와 금융회사 인가단위 간에는 커다란 간극이 존재한다. 간편결제 예치금에 이자를 지급하기 위해 “은행업” 인가를 요구하는 것은 매우 비효율적인 처방인 것이다. 따라서 빅테크가 금융서비스를 보다 효율적으로 제공할 수 있도록

12) 플랫폼에 사회적 역할을 강요하는 것에는 많은 이견이 존재할 것으로 예상된다. 분명 플랫폼도 주주이익의 극대화와 이윤추구를 목적으로 하는 영리기업일 것이기 때문이다. 그러나 은행업, 의료업, 언론업 등 영리와 공공성을 동시에 추구하는 기관들도 다수 존재하고 있으며, 본고는 플랫폼의 사회적 역할을 이러한 기관들의 연장선상에서 기술하고 있다.

인가단위를 매우 잘게 쪼개어 행위기반(Behavior-Based)의 스몰라이센스(Small-License) 인가 정책, 또는 혁신기업들이 필요로 하는 맞춤형 인/허가를 제공하는 비스포크 라이선스(Bespoke-License) 정책을 펼칠 필요가 있다.

한편, 기존 인가단위를 언변들링하는 것에 더해 디지털 시대에 걸맞는 새로운 인가단위도 신설할 필요가 있다.¹³⁾

예전대, 전자금융업체에 예치한 선불충전금은 고객들의 입장에서 사실상 예금이나 다름없으며, 그 규모도 1조원이 넘는 수준으로 증가했다. 전자금융업자들은 은행과 유사한 지급결제 기능을 제공하고 있다. 따라서 이 사업자들을 은행업법의 강화된 건전성 규제를 받을 수 있도록, 은행업법에 “지급결제 은행(Payments Bank)”이라는 신규 인가단위를 신설하는 것을 검토해볼 수 있다. 지급결제 은행은 은행과 동일하게 예금자보호 제도에 편입되어 있으며, 예금이 허용되어 있어 선불충전금에 대한 “이자” 수취도 가능해진다. 다만, 대출업무는 엄격히 금지되어 은행의 만기변환기능이 없는 형태다. 즉, 현재와 같이 충전과 간편결제라는 동일한 기능을 수행하되, 소비자 편익과 건전성 규제를 강화한 형태로 규제를 하는 것이다.

또한, “금융상품 종합판매업자”라는 인가단위의 신설도 생각해 볼 수 있다. 현재와 같이 업권별로 나누어진 판매규제 대신 금융소비자법 개정을 통해 플랫폼에 금융상품 종합판매업자라는 인가단위를 신설하고, 강화된 진입규제와 영업규제를 적용하는 방안을 적용하는 방식이다.

나. 판매채널 규제 재정비

플랫폼 영업이 활성화되기 위해서는 오프라인 채널 중심으로 만들어진 판매채널 규제들을 재정비 해야 한다. 플랫폼 판매채널에 대해서 오프라인 지점/대리점과 동일한 진입규제(인적규제, 자본규제)와 영업규제(수수료 규제, 상품판매규제)를 적용할 필요는 없다. 알고리즘 판매 전략을 기본으로 하는 플랫폼에 대해 인적규제는 완화하되, 더 많은 자본력을 갖추도록 자본규제는 강화할 필요가 있다. 또한, 다양한 상품들이 판매되어 소비자 선택권을 제고할 수 있도록 영업규제를 강화하고, 중개수수료를 오프라인에 비해 훨씬 낮게 규제를 해야 할 것이다.

다. 금융과 IT의 융합촉진

(1) 금산분리 규제의 완화

금융환경의 변화로 인해 은행과 산업자본의 결합이 불가피하다면, 현행 금산분리 규제는 현실에 맞게 합리화될 필요가 있다. 먼저, 은행이 자회사(산업자본)를 소유하지 못하도록 막고 있는 은행법 제37조(15% Rule)는 개선되어야 할 대표적 규제다. 또한, 금융계열 전체의 산업자본 보유를 막는 금산법 제24조(20%룰)도 개선되어야 할 필요가 있다. 즉, 은행, 증권, 보험사도 AI, 머신러닝, 데이터 처리기술과 같은 4차 산업혁명 기술을 보유하고, 플랫폼으로서 본연

13) 기술환경의 변화에 발맞추어 이미 신설되거나 추진중인 금융업도 존재한다. 마이데이터 산업, 종합지급결제사업자 등은 금융서비스의 언변들링 추이에 맞추어 금융당국이 신설한 새로운 금융업 단위라 할 수 있다.

적 역할을 배양할 수 있도록 금융회사의 핀테크, IT기술기업 인수·합병을 터주는 것이다.

자회사 보유는 완전히 기업자율에 맡기는 것이 바람직하다. 즉, 15%라는 한도를 철폐하고 별도의 지분제한 규정을 두지 않는 것이다. 이는 금융과 IT의 융합이라는 목적을 명확히 달성하기 위한 조치다. 금융안정이라는 목적을 달성하기 위해 과도기적 조치로 30%, 50%와 같은 인위적인 한도를 두는 것보다, 완전 자회사의 지배를 허용하는 것이다. 이를 통해 금융회사의 기술역량을 제고하여 핀테크, 빅테크 기업과 기술적 측면에서는 유사한 경쟁환경을 만들 수 있을 것이다.

금산법 제24조도 개선이 필요하다. 금산법 제24조는 동일계열 금융회사의 경우 타 회사 지분 보유를 20% 이내로 제한하고 있다. 그러나 금융지주 차원에서 IT와의 융합을 추진하는 경우도 있을 것이다. 소속 은행, 보험, 증권사가 특정 IT 기업을 공동지배하는 경우다. 이는 금융 플랫폼 기술이 여러 금융회사에 공통적으로 적용될 수 있기 때문에 상정 가능한 시나리오다. 따라서 금산법 제24조의 규제도 은행법 제37조와 마찬가지로 100%로 완화될 필요가 있다.

다만, 자회사가 속한 산업의 경쟁저해의 문제는 감안해야 할 것이다. 자회사(IT기업) 역시 해당 산업에서 지속적인 경쟁을 벌이고 있는 기업인만큼, 해당 산업의 공정거래 질서를 저해하는 상황은 초래하지 않아야 한다. 이를 위해 현행과 같은 자회사와의 거래제한 규정은 유지하는 것이 바람직하다. 자회사 투자한도는 전면 허용하되, 금융회사(모회사)와 자회사(IT기업) 간의 금융거래는 현재와 같은 수준을 유지하는 것이다.

또한, 투자가 가능한 자회사의 범위는 명확히 제한해야 한다. 물론, 금융과 신기술의 융합은 전 산업에 걸쳐 일어나고 있기 때문에, 투자 대상 자회사의 범위를 제한하는 것은 금융회사의 영업의 자유를 해칠 가능성이 있다. 그러나 아직 뚜렷이 관찰되고 있는 융합의 범위는 IT업종인 만큼, 금산분리 완화의 초기에는 정보통신업(IT) 으로서만 투자의 범위를 제한할 필요가 있다. 이 때 투자 대상이 되는 정보통신업은 인터넷전문은행 특별법에 따른다. 즉, 통계청장이 고시하는 한국표준산업분류에 따른 정보통신업으로 한정하는 것이다.¹⁴⁾

동시에 은행에 대해 소유한도 제한도 완화할 필요가 있다. 현재에도 인터넷전문은행에 대해서는 특별법을 통해 소유규제가 완화되어 있다. 그러나 이는 인터넷전문은행에 대해서만 특별을 줄 대상이 아니다. 금융혁신은 모든 은행업을 비롯한 모든 금융산업에서 발생하는 만큼 비금융주력자에 대해 4%로 제한된 현행 소유한도 규제를 인터넷전문은행과 같이 사실상 지배가 가능한 34%로 완화할 필요가 있다. 물론, 지분의 초과보유한 가능한 주체는 제한하는 것이 바람직하다. 인터넷전문은행의 특별규정과 마찬가지로 정보통신업체들로 제한하는 것이다. 이를 통해 정보통신업체들의 금융시장 진출을 촉진시켜 금융과 IT 기술의 융합을 촉진할 수 있을 것이라 기대한다.

14) 제2조(비금융주력자의 주식보유 요건) ① 「인터넷전문은행 설립 및 운영에 관한 특별법」(이하 “법”이라 한다) 별표 제1호 바목 및 같은 표 제5호다목에서 “대통령령으로 정하는 정보통신업”이란 각각 「통계법」 제22조제1항에 따라 통계청장이 고시하는 한국표준산업분류에 따른 정보통신업을 말한다. 다만, 서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업, 방송업, 공영 우편업, 뉴스 제공업은 제외한다.

(2) 금융회사 업무규제 네거티브화

은행의 겸영업무에 대한 규제는 현재 과지티브 방식으로 열거되어 있다(시행령 18조의 2). 이를 원칙허용, 예외금지 방식의 네거티브 방식으로 전환하여 은행이 많은 비금융 사업에 진출할 수 있도록 허용할 필요가 있다. 배달, 음식 등의 생활형 금융서비스를 겸업하도록 허용하여 은행도 비금융 영역에서 데이터를 확보하고 플랫폼 경쟁에 본격적으로 참여할 수 있도록 터주는 것이다.

(3) 금융지주사 내의 시너지 강화

금융지주에 속한 계열사들의 시너지 강화와 플랫폼화를 위해 “원앱”을 출시하는 길을 터줄 필요가 있다. 금융회사의 원앱전략을 가로막고 있는 대표적인 규제는 금융지주회사법의 정보공유 규제와 금융소비자보호법의 소비자 오인방지 조항이다. 먼저, 금융지주사 내의 계열사들은 2014년 카드사 개인정보 유출 사태 이후 금서로 정보공유가 금지되어 있어 원앱의 출시가 어려운 상황이다.¹⁵⁾ 금융소비자법 역시 원앱을 통한 금융회사의 플랫폼 전환에 장애물이 되고 있다. 금융소비자법은 소비자들이 “플랫폼”을 금융상품의 판매자로 오인하지 않도록 판매회사를 명확히 명시하도록 규제하고 있다. 따라서 금융지주사의 원앱으로 계열사의 보험상품을 판매하더라도 해당 보험사의 앱으로 링크를 타고 넘어가거나, 별도의 앱을 구동해야 하는 상황이다.

라. 플랫폼의 배상책임 강화

금융소비자 보호법의 개정을 통해 플랫폼의 배상책임을 강화할 필요가 있다. 플랫폼은 금융상품 판매에 대한 책임을 질 필요가 있으며, 이에 대한 배상비율, 그리고 배상재원을 마련하도록 규제할 필요가 있다. 이는 앞서 말한 금융상품 종합판매업자라는 인가단위를 신설하고, 이와 연계한 작업이다.

2. 인프라로서의 플랫폼(플랫폼의 공정성 강화)

가. 알고리즘의 공정성 보장

플랫폼 기업이 자사에만 유리하거나 왜곡된 결정을 유도하는 행위를 예방하는 것도 필요하다. 알고리즘에 대한 감사제도, 또는 사전컨설팅 제도를 신설하여 알고리즘에 대한 최소한의 견제장치를 마련할 필요가 있다.

15) 금융지주회사법은 자회사끼리 내부 경영관리상의 목적으로만 고객 동의 없이 개인신용정보를 제공할 수 있도록 규정하고, 이를 영업이나 마케팅 목적으로는 활용하지 못한다. 내부 경영관리란 고객에게 상품 및 서비스를 소개하거나 구매를 권유하는 업무가 아닌 일을 말한다. △신용위험관리 등 위험관리와 내부통제 △업무 및 재산상태에 대한 감사 △고객분석과 상품 및 서비스의 개발 △성과관리 △위탁업무 등이 이에 해당하는 업무다.

나. 플랫폼 지배구조의 민주화

금융플랫폼 회사가 공공의 인프라로서 역할하기 위해서는 공익을 대변하는 지배구조가 갖추어져야 할 것이다. 공익(소비자 후생, ESG, 알고리즘 공정화 등)을 대변할 수 있는 사외이사나 감사를 선임하는 것을 의무화하도록 금융회사 지배구조법을 개정하는 것을 제안한다.

다. 디지털세 도입

일정규모 이상의 플랫폼 기업에게는 디지털 거래규모에 따라 특별세를 부과하는 방식이다. 여기서 일정규모 이상이라는 것은 매출규모, 자산규모, 계열사수 등 여러 기준을 통해 판단할 수 있을 것이다. 디지털세가 신설된다면 비단 금융플랫폼 기업뿐만 아니라, 모든 플랫폼 기업에 확대 적용하는 것이 형평성 측면에서 바람직할 것으로 본다.

라. 플랫폼의 금융복지 기능 강화

일정규모 이상의 금융 플랫폼은 서민금융 재원에 대한 출자를 의무화해야 한다. 현재 서민들의 금융지원을 위해 서민금융법(시행령)에서 재원을 출연하도록 규정하고 있는 금융회사의 범위는 가계대출을 취급하는 모든 금융기관으로 확대되어 있는 상황이다. 그러나 보다 폭넓은 서민금융 재원 마련을 위해 금융상품 종합판매업자(금융플랫폼)에 대해서도 재원을 부담할 의무를 부과할 필요가 있다.

VI. 결론

지금은 금융규제에 대한 패러다임의 과감한 전환이 필요한 시기다. 금융산업과 IT의 기술의 융합은 이미 현실로 나타나고 있으며, 전통적인 금융회사들은 새로운 경쟁자로 등장한 IT기업들과 치열한 경쟁을 벌이고 있다. 그러나 빅테크의 금융업 진출과 플랫폼 경쟁이 현실화되었음에도 불구하고, 금융규제는 여전히 과거에 머무르고 있는 것이 현실이다. 금융규제가 현실 경제보다 뒤늦을 수밖에 없는 이유에는 여러 가지가 있다. 다가오는 미래를 미리 예측하여 규제를 정비하는 것은 어려운 일이기도 하며, 규제는 커다란 위기를 겪어야 비로소 크게 변화할 수 있는 모멘텀을 얻을 수 있기 때문이다. 관료들의 보수적 행태도 수많은 원인중 하나일 것이다. 항상 영/미와 같은 선진국의 사례만을 좇으며, 규제개혁 이후 각종 사고가 터지면 온전히 문제를 뒤집어 쓸 수밖에 없는 공무원 사회 특유의 보수적 분위기도 규제개혁을 가로막는 원인이다. 그러나 그 어느 때보다 선제적인 규제정비의 필요성은 커보인다. 플랫폼 경쟁은 더 이상 선부른 예측이 아닌 현실이 되고 있으며, 선제적으로 우수한 디지털 플랫폼들을 양성하여 금융산업에 새로운 모멘텀을 불어일으키는 것이 어느 때보다 중요한 시기가 되었기 때문이다. 금융혁신과 금융포용을 위해 본고에서 제시한 과제 이외에도 더 많은 아이디어와 생산적 논쟁이 이루어지기를 바란다.