

인터넷전문은행 도입 성과 평가

2023. 3.



1. 논의의 배경

- '15.6.18일 발표된 「IT·금융 융합 및 신성장동력 창출을 위한 인터넷전문은행 도입방안」에서는 인터넷전문은행 도입에 따라 ①금융소비자 편의성이 제고되고, ②은행산업 경쟁이 촉진되며, ③우리나라의 미래 신성장동력이 창출될 것으로 기대
 - (금융소비자 편의성 제고) 점포 방문 없이 다양한 금융서비스 이용이 가능해지고, 금리·수수료 등 가격 부담이 완화될 뿐만 아니라 저신용자 대상 중금리 신용대출 활성화 계기로 작용이 가능
 - (은행산업 경쟁 촉진) 새로운 경쟁자 및 차별화된 사업모델이 출현함으로써 은행 간 경쟁이 촉진되고, 기존 은행의 인터넷뱅킹 서비스 개선 노력 등이 촉발되어 은행산업 전반적인 경쟁력 향상이 가능
 - (미래 신성장동력 창출) 인터넷전문은행이 국내에서 경쟁력을 확보하고 해외진출을 하게 될 경우 신시장이 개척되고, 핀테크 등 유관산업이 발달함에 따라 새로운 일자리 창출이 가능
- 이에 본고는 계량적 분석이 어려운 미래 신성장동력 창출 부문을 제외한 ①금융소비자 편의성 제고, ②은행산업 경쟁 촉진 부문에서 인터넷전문은행 도입 성과를 평가

2. 금융소비자 편의성 제고

- (금융소비자 편의성 제고 ①) 인터넷전문은행의 진입은 은행의 모바일뱅킹 앱의 소비자 만족도 개선을 촉발(促發)한 것으로 평가
 - 금융연(2022)에 따르면 은행의 모바일뱅킹 앱의 소비자 평점이 인터넷전문은행이 진입한 초기인 2018년 11월보다 2022년 2월 전반적으로 개선

* 2018년 11월 평균 평점이 iOS와 안드로이드 각각 2.4와 3.3이었으나 2022년 2월 조사에서는 각각 3.0과 3.6으로 상승

- 특히, 소비자들은 인터넷전문은행이 모바일앱의 사용자 편의성을 획기적으로 개선한 것으로 평가

□ 하지만 '22년 현재 보안/인증 절차의 편리함, 개인정보 관리의 신뢰감 등 신뢰도에서는 기존 은행의 앱이 우위에 있는 것으로 판단

- 컨슈머인사이트의 '22년 금융 앱 이용만족도 조사*에 따르면 사용성과 서비스 측면에서 인터넷전문은행의 앱이 여타 은행 앱보다 우위에 있지만 보안/인증 절차의 편리함, 개인정보 관리의 신뢰감, 필요시 상담을 받기 편리한 점 등에서는 기존 은행의 앱이 양호한 평가를 받음.

* 동 조사는 2022년 3월부터 11월까지 기간 동안 매주 월요일~목요일 4일간 이메일과 모바일을 통해 성별·연령·지역별 표본 할당 후 무작위로 추출된 전국 20~69세 성인 500명 이상을 대상으로 실시

<그림 1> 2022년 항목별 우수 평가 앱

평가항목(17개)	1위	2위	3위
심미성(디자인)	카카오뱅크	뱅크샐러드	토스
조작 편리성	카카오뱅크	토스	NH국민은행
이용 속도	카카오뱅크	토스	카카오페이
수수료/부대비용	카카오뱅크	토스	i-ONE Bank
용어/정보안내 이해 용이	카카오뱅크	토스	뱅크샐러드
오류 대응속도	카카오뱅크	토스	신한 쏘
직관적 메뉴 구조	카카오뱅크	토스	뱅크샐러드
최신 기술 활용	카카오뱅크	토스	뱅크샐러드
상품/서비스에 이용자 니즈 반영	토스	카카오뱅크	뱅크샐러드
다양한 금융업무	토스	신한 쏘	카카오뱅크
차별/혁신성	토스	뱅크샐러드	카카오뱅크
정보 획득 용이	뱅크샐러드	토스	카카오뱅크
서비스 개인화	뱅크샐러드	토스	카카오뱅크
금융거래/자산관리 효율성	뱅크샐러드	토스	카카오뱅크
보안/인증 편리	신한 쏘	i-ONE Bank	KB 스타뱅킹
정보 관리 신뢰감	신한 쏘	i-ONE Bank	NH국민은행
필요시 상담 편리	신한 쏘	NH국민은행	i-ONE Bank

자료: 컨슈머인사이트

□ 또한 인터넷전문은행 도입 이후 비대면거래 편의성 증대로 인해 불법사금융 피해 등이 증가한다는 지적도 일각에서 제기

- 인터넷전문은행은 편의점 ATM에서 카드 없이 앱을 통해 입·출금할 수 있는 서비스를 운영 중
- 불법사금융의 주요 통로로 여겨지는 대출직거래 사이트를 이용하는 경우 인터넷전문은행의 ATM 입·출금 서비스를 통해 쉽게 대부업자와 거래하는 것으로 알려져 있음.

□ (금융소비자 편의성 제고 ②) 높은 총자산 경비율 등으로 인해 예금 및 대출금리 측면에서 소비자의 가격 부담 절감 효과는 미미한 것으로 판단

- 이론적으로 인터넷전문은행은 점포를 운영하지 않으므로 기존 은행 대비 비용 절감이 가능하여 마진의 감소 없이 높은 예금금리와 낮은 대출금리 제공이 가능
- 인터넷전문은행 영업초기인 '17~19년에는 고객 유치를 위해 여타 은행 대비 평균 예금금리*가 월등히 높았으나 그 이후에는 격차가 줄어들었고,

* 평균 예금금리는 원화예수금(평잔) 대비 지급이자로 산출

- 평균 대출금리*는 '21년까지 시중은행 보다는 높고 지방은행 대비 낮은 수준이었으나 '22년에는 지방은행보다도 높은 수준을 기록**

* 평균 대출금리는 원화대출채권(평잔) 대비 수입이자로 산출

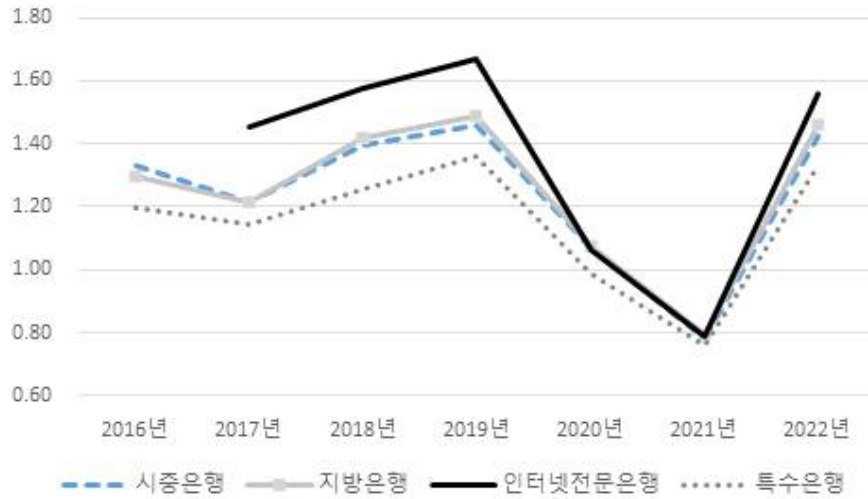
* 단, 여기에서는 인터넷전문은행이 상대적으로 금리가 높은 신용대출에 집중하고 있는 점을 고려하지 않음에 유의

- 이는 현재 인터넷전문은행이 무점포 영업으로 인한 비용 절감 보다는 영업 초기 기술 및 설비 투자 등으로 인해 상대적으로 높은 비용*을 지출하는 것에 기인할 가능성

* '21년 인터넷전문은행의 총자산경비율(=판관비/실질총자산(평잔))은 1.01로 시중은행(0.92) 대비 높고 지방은행(1.15) 대비 낮은데, 이는 인터넷전문은행의 인건비 외 지출 비중(전체 판관비의 51.6%)이 높기 때문으로 판단

<그림 2> 2016~2022년 국내은행 평균 예금금리

(단위: %)

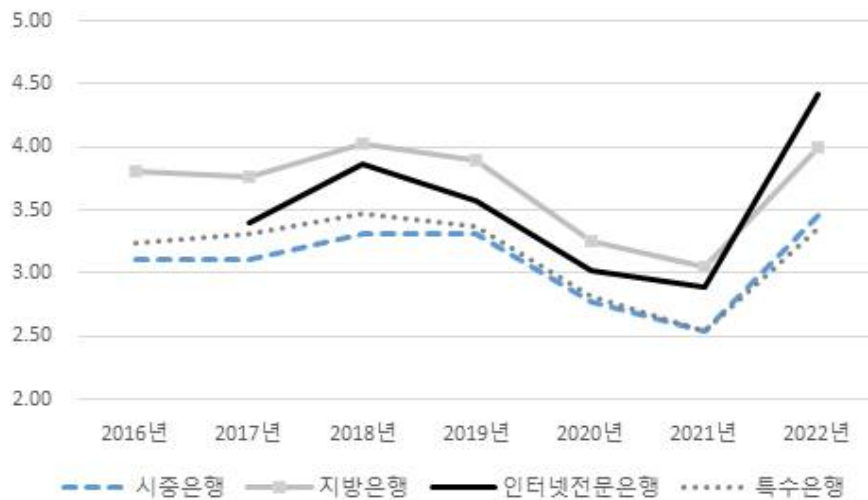


주: 평균 예금금리 = 지급이자/원화예수금(평잔)

자료: 은행연합회 은행통계정보시스템

<그림 3> 2016~2022년 국내은행 평균 대출금리

(단위: %)



주: 평균 대출금리 = 수입이자/원화대출채권(평잔)

자료: 은행연합회 은행통계정보시스템

<표 1> 2016~2021년 국내은행 총자산 경비율

(단위: %)

	시중은행	지방은행	인터넷전문은행	특수은행
2016년	1.15	1.21		0.68
2017년	1.08	1.17	6.03	0.71
2018년	1.01	1.23	1.99	0.71
2019년	0.97	1.17	1.25	0.70
2020년	0.89	1.18	1.16	0.66
2021년	0.92	1.15	1.01	0.63

주: 총자산 경비율=판매비와 관리비/실질총자산(평균)

자료: 금융감독원 금융통계정보시스템

□ 인터넷전문은행 도입으로 인한 소비자의 가격 부담 절감은 고신용자 대상 가계신용대출시장에서 일부 실현되는 것으로 판단

- '23.2월중 신규 취급된 가계신용대출의 신용평점별 가중평균금리를 살펴보면, KCB 기준 신용평점 850점 초과인 고신용자를 대상으로 한 대출금리는 15개 비교 대상 은행* 중 카카오뱅크가 가장 낮으며, 케이뱅크 또한 4~5번째로 낮음.

* 차주의 신용도별 대출금리 비교를 위해 KCB의 신용평점을 이용하고 있는 15개 은행만을 비교 대상으로 선정

- 이러한 가격 부담 절감 효과는 카카오뱅크의 경우 신용평점이 낮아질수록 미미해지며, 케이뱅크의 경우 '23.2월중에는 신용평점 650점 이하를 대상으로 한 신용대출은 취급을 하지 않음.
- 단, 인터넷전문은행 도입으로 인한 고신용자 대상 신용대출의 금리 부담 절감이 인터넷전문은행의 비용 절감에서 비롯된 것인지 아니면 해당 시장 점유율 제고를 위한 출혈 전략인지는 현재 이용 가능한 자료로는 판단이 어려움.

<표 2> '23.2월중 신규취급 가계신용대출의 신용평점별 가중평균금리

신용평점		케이뱅크	카카오뱅크	토스뱅크
1000~951점	금리	5.39	4.92	6.49
	순위	4	1	13
950~901점	금리	5.85	5.13	7.09
	순위	4	1	13
900~851점	금리	6.42	5.53	7.72
	순위	5	1	13
850~801점	금리	6.67	6.67	8.53
	순위	3	3	14
800~751점	금리	7.27	7.32	9.49
	순위	4	5	14
750~701점	금리	7.65	8.08	10.5
	순위	2	6	14
700~651점	금리	8.39	9.03	11.4
	순위	2	8	13
650~601점	금리	-	10.24	12.1
	순위		8	13
600점이하	금리	-	11.62	12.27
	순위		9	11
평균	금리	5.87	5.66	8.12
	순위	3	1	12
서민금융 제외 평균	금리	5.86	5.46	8.43
	순위	5	1	12
평균신용점수		929	914	866
순위		2	6	12

주: 신용평점은 KCB 기준이며, 금리 순위는 15개 은행 중 금리가 낮은 순위
 자료: 은행연합회

- (금융소비자 편의성 제고 ③) 또한 영업 초기 4년 동안 중금리대출 활성화와 중·저신용자 대상 신용공급은 당초 기대에 미달
- 인터넷전문은행은 '17~20년 총 2.5조원의 중금리대출을 공급하였으나, 보증부 정책상품인 사잇돌대출을 고신용자에게 공급하는데 집중
 - * 인터넷전문은행 중금리대출(2020년 1.4조원) 중 91.5%가 사잇돌대출(1.3조원)이며, 사잇돌대출 공급액(1.3조원) 중 66.4%가 1~3등급에 공급(금융위원회(2021.5.26.))
 - 전체 신용대출에 있어서도 고신용자 대상 영업에 치중한 결과, 시중은행보다 중·저신용자 대상 신용대출 비중을 낮게 유지
 - * 신용대출 중 중·저신용층 비중: 인터넷전문은행 12.1% << 은행 평균 24.2%
 - 혁신적인 방식으로 기존 은행과 차별화되는 신용평가시스템(이하 CSS)을 구축한다는 계획도 지연

<표 3> 인터넷전문은행 중금리대출 신규공급액

(단위: 억원)

구 분	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년	누계
은 행(B)	3,370	7,942	8,922	14,897	18,004	53,135
인터넷전문은행(A)	-	1,371	-	10,440	13,516	25,327
카카오	-	-	-	9,768	13,516	23,283
케이	-	1,371	-	672	-	2,043

자료: 금융위원회(2021.5.26.)

<표 4> '20년말 기준 인터넷전문은행의 중·저신용자 대출비중

	인터넷 은행 (A)	카카오뱅크	케이뱅크	은행 전체 (수은 제외) (B)	A-B
전체 가계대출	15.6%	14.9%	20.4%	24.2%	△8.6%p
- 신용대출	12.1%	10.2%	21.4%	24.2%	△12.1%p

자료: 금융위원회(2021.5.26.)

- 이로 인해 '21.5.26일 정책당국은 인터넷전문은행들의 중·저신용자 신용대출 확대 방안을 발표하고 이후 이행 실적을 관리·감독
- 인가 신청 당시 제출한 사업계획을 기초로 중·저신용자 신용대출 비중을 설정(금융위원회(2021.5.26.))
 - * '20년말 기준 카카오뱅크의 가계신용대출 규모는 인가신청 시 사업계획의 13.3배를 기록한 반면, 중·저신용자 대상 신용대출 규모는 4.4배
 - * 케이뱅크의 경우 '20년말 기준 가계신용대출 규모는 인가신청시 사업계획의 4.3배를 기록한 반면, 중·저신용자 대상 신용대출 규모는 1.8배
 - '22.12월말 현재 카카오뱅크, 케이뱅크, 토스뱅크의 중·저신용자 신용대출 비중은 각각 25.4%, 25.1%, 40.4%

<표 5> 카카오뱅크의 중·저신용자신용대출 사업계획 및 실적

(단위: 억원)

구 분	사업계획 ('20말)	'20말	'21말 ¹⁾	'22말	'23말
가계신용대출(A)	10,575	140,376	153,761	-	-
중저신용자신용대출(B)	3,255	14,380	31,982	-	-
비중(B/A)	30.8%	10.2%	20.8%	25%	30%

주: 1) '21년말 가계신용대출, 중저신용자신용대출 규모는 가계부채 관리 정책, 시장상황 등에 따라 변경 가능

자료: 금융위원회(2021.5.26.)

<표 6> 케이뱅크의 중·저신용자신용대출 사업계획 및 실적

(단위: 억원)

	사업계획 ('19말 ¹⁾)	'20말	'21말 ²⁾	'22말	'23말
가계신용대출(A)	6,417	27,289	56,151**	-	-
중저신용자신용대출(B)	3,376	5,852	12,084**	-	-
비중(B/A)	52.6%	21.4%	21.5%	25%	32%

주: 1) 인가신청시 사업계획상 '20말 계획은 명시되어 있지 않아 '19말 계획을 기준으로 비교, 2) '21년말 가계신용대출, 중저신용자신용대출 규모는 가계부채 관리 정책, 시장상황 등에 따라 변경 가능

자료: 금융위원회(2021.5.26.)

< 인터넷전문은행별 계획 >

- ❶ (카카오뱅크) '20년말 10.2%에 불과한 중·저신용자 비중을 '21년부터 단계적으로 확대하여 '23년말 30%로 확대
- ❷ (케이뱅크) 증자가 완료되고 신규 CSS('20.7월 도입)가 안정화되는 '22년부터 중·저신용자 비중을 적극 확대하여 '23년말 32%로 확대
- ❸ (토스뱅크) 영업 첫해부터 중·저신용자 비중을 30% 이상으로 설정하고 40%를 상회하는 수준까지 지속적으로 확대

< 중·저신용자 비중 확대계획 >

구 분	20말	21말	22말	23말
카카오	10.2%	20.8%	25%	30%
케이	21.4%	21.5%	25%	32%
토스*	-	34.9%	42%	44%

* 토스뱅크의 경우 아직 본인가 심사가 완료되지 않은 상황으로, 본인가 여부, 본인가의 내용, 영업개시 이후 상황 등에 따라 변동 가능

자료: 금융위원회(2021.5.26.)

3. 은행산업 경쟁 촉진

- 인터넷전문은행은 인터넷전문은행법에 따라 중소기업대출을 제외한 기업대출이 금지되어 있어, '22.12월말 현재 가계 신용대출 위주로 영업 중
 - '22.12월말 현재 인터넷전문은행 원화대출금(47.3조원)의 63.9%가 가계 신용대출(30.2조원)이며, 주택담보대출(15.6조원)과 중소기업 대출(1.5조원)이 원화대출금의 각각 33.0%, 3.2%를 차지
- 이에 인터넷전문은행 도입으로 인한 은행산업 경쟁 제고 여부는 예금시장과 가계대출시장으로 한정하여 평가하는 것이 적절
 - '22.12월말 현재 인터넷전문은행이 국내은행 가계대출금(902조원)의 5.1%를 차지
 - * 가계신용대출시장으로 한정할 경우 인터넷전문은행은 11.7%를 차지

- 이에 특수은행 중 일반은행과 사업구조가 현저히 다른 수출입은행 및 산업은행을 제외한 나머지 은행만(시중은행+지방은행+인터넷전문은행+농협, 수협, 기은)을 대상으로 경쟁도를 평가

- (은행산업 경쟁 촉진 ①) 인터넷전문은행 도입 이후 CR3, HHI 등으로 살펴본 예금시장 시장집중도는 크게 변하지 않은 것으로 판단
 - 인터넷전문은행 도입 이전인 '17.3월말 47.5%였던 예금시장 CR3는 다소의 등락에도 불구하고 크게 변하지 않아 '22.9월말 48.5%로 여전히 시장지배적 사업자가 존재하지 않는 시장에 해당
 - 동기간 예금시장 HHI는 1,262에서 1,298로 소폭 상승하기는 하였으나 여전히 다소 집중된 시장 수준

<그림 4> '13Q1~'22Q3 총예금시장 CR3 및 HHI



주: 총예금=원화예수금+원화양도성예금+외화예수금

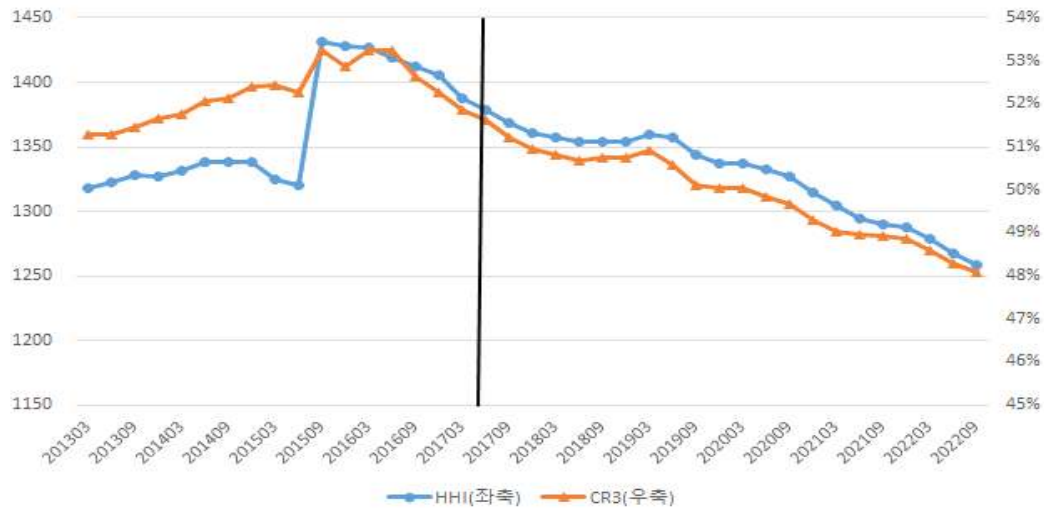
자료: 금융연구원 내부자료

- (은행산업 경쟁 촉진 ②) CR3, HHI 등으로 살펴본 가계대출시장 시장집중도는 인터넷전문은행 도입 이후에도 하락 추세를 지속
 - 가계대출시장 CR3는 '15년 이후 지속적으로 하락하여, 인터넷전문은행 도입 이전인 '17.3월말 51.9%였던 CR3는 '22.9월말 48.1%

를 기록함에 따라 시장지배적 사업자가 없는 상황으로 변화

- 동기간 HHI는 1,388에서 1,258로 하락하였으나 여전히 다소 집중된 시장 수준에 해당

<그림 5> '13Q1~'22Q3 가계대출시장 CR3 및 HHI



자료: 금융연구원 내부자료

□ (은행산업 경쟁촉진 ③) 특히, CE(Competition Efficiency) 지표 분석으로 살펴본 결과 가계신용대출시장의 경쟁 압력은 인터넷전문은행 진입 이후 상승한 것으로 판단

- CE(Competition Efficiency) 지표(Bolt and Humphrey(2015))는 대출금리($PCLOAN$)와 자금조달비용($PDEP$) 간 차이, 즉 마크업(mark-up, $\frac{PCLOAN - PDEP}{OC}$ 여기서 OC 는 총비용) 중 은행의 산출량(Q), 노동 및 자본 비용(P), 생산성(X), 은행 고유의 위험(Z) 등으로 설명 가능한 부분을 제외하면 경쟁이 미치는 영향이 나타난다는 아이디어에서 착안
- 이에 마크업이 은행의 노동 및 자본 비용, 생산성, 은행 고유의 위험 등으로 대부분 설명된다면 경쟁이 미치는 영향은 적은 것으로 판단이 가능

$$* \ln\left(\frac{PCLOAN - PDEP}{OC}\right) = R(\ln Q, \ln P, \ln X, \ln Z) + \ln e + \ln u$$

- 또한 개별 은행의 CE 값(CE_i)이 클수록 시장 경쟁이 비용 대비 수익을 제한하는 효과가 약해져 경쟁 압력이 약한 것으로 해석

$$* CE_i = \exp(\ln \bar{u}_i - \ln \bar{u}_{\min}) - 1 = (\bar{u}_i / \bar{u}_{\min}) - 1, \text{ 여기서 } \bar{u}_{\min} \text{은 } \bar{u}_i \text{ 중 제일 작은 값}$$

- CE 지표 분석 결과 인터넷전문은행 도입 이전인 '13~16년 은행의 노동 및 자본 비용, 생산성, 은행 고유의 위험 등은 마크업의 93.4%를 설명하였으나 인터넷전문은행의 영입이 자리 잡은 '20년 이후는 87.8%를 설명하여 경쟁이 마크업에 주는 영향이 증가
- 특히, '20년 이후 개별 은행 CE 평균값(5.8)이 크게 감소('18~19년 63.0)하여 경쟁 압력이 증대되고 있는 것으로 판단

□ 하지만 인터넷전문은행의 CE 값이 시중은행 대비 높아 상대적으로 경쟁이 마크업을 제한하는 효과가 시중은행 대비 약한 것으로 판단

- '20년 1사분기부터 '22년 3사분기까지 기간 동안 카카오뱅크, 케이뱅크, 토스뱅크의 CE 값은 각각 11.6, 17.1, 6.6으로 평균(5.8) 대비 큼.

* 참고로, 인터넷전문은행보다 CE 값이 큰 은행은 제주은행(25.2), 전북은행(16.4), 광주은행(9.4)

4. 요약 및 시사점

□ 인터넷전문은행은 편리한 서비스를 제공을 통해 은행산업에 대한 고객의 만족도를 높이는데 기여했으나 아직까지 소비자 가격 부담 절감 효과는 미미한 것으로 판단

□ 특히, 인터넷전문은행 도입으로 인한 중·저신용자 신용대출 증대는 정책당국의 적극적 관리·감독을 통해 본격적으로 이루어진 영향

- 인터넷전문은행 도입 이후 가계신용대출시장의 경쟁도가 제고된 점을 고려할 때, 인터넷전문은행은 향후 CSS 고도화 등을 통해 장기적 생존능력을 함양할 필요
 - 인터넷전문은행 제도 도입 취지 상 인터넷전문은행의 영업 범위는 사실상 가계대출로 한정될 수밖에 없는 상황에서 가계대출시장의 경쟁도 제고는 향후 수익성 저하 및 건전성 악화로 이어질 가능성
 - 이에 이미 계획된 CSS 고도화 등을 조속히 추진하여 지분 경쟁 (market share)에서 벗어나 신용평가에서의 우위를 바탕으로 한 질적 경쟁을 도모할 필요