

소니뱅크 출범의 의미

김재봉 / 주임연구원

인터넷은행은 지점을 두지 않고 모든 은행거래를 인터넷이나 전화, CD/ATM, 우편 등을 통해서 처리하는 은행을 말하며, 특히 소니뱅크와 같은 비금융기관의 금융업 진출은 국내 금융업에도 시사하는 바가 매우 크다. 소니뱅크의 비즈니스모델은 인터넷상에서 소니가 가지고 있는 콘텐츠에 은행을 결합한 것으로 미래의 은행상을 상상해 볼 수 있게 한다.



워크맨에서 소니뱅크까지

‘워크맨’으로 전세계를 깜짝 놀라게 한 일본의 전기·전자회사인 소니(SONY)가 이번에는 은행업에 본격 뛰어들어 한번 더 주목을 받고 있다. 소니가 지분의 80%를 소유하고 있는 온라인 은행인 ‘소니뱅크’가 2001년 6월 11일부터 은행업무를 비롯한 종합 금융서비스를 시작하였다. 소니는 소니파이낸스, 소니생명보험, 소니손해보험, MONEX증권 등 지금까지 다양한 금융상품과 서비스를 제공해 오고 있다. 면허 업종에 해당하는 은행업에 진출하기 위하여 2001년 1월 31일 금융청에 예비심사를 신청하였고, 4월 2일에 소니뱅크를 설립하였다. 간단히 말해서 소니뱅크는 일반고객용 무점포 인터넷 전업은행이다.

〈그림 1〉 소니뱅크 홈페이지



소니의 독창성은 브랜드명이 제품명이 되어버린 워크맨에서부터, 플레이스테이션2(PS2),

TV도 PC도 아닌 에어보드(AirBoard), 로봇 애완동물 아이보(AIBO)에 이르기까지 끊임이 없다. 소니는 주력 업종이었던 전자제품 이외에도 영화, 음반, 게임 등의 엔터테인먼트사업을 비롯하여 최근에는 인터넷 비즈니스와 금융업으로까지 진출하면서 스스로를 네트워크 기업으로 명명하고 있는 것이다.

소니뱅크는 최근 서비스를 시작한 슈퍼체인인 이토 요카도가 소유하고 있는 IY뱅크(<http://www.iy-bank.co.jp>)에 이어 비금융기관이 금융업에 진출하는 두 번째 케이스로 60만 개 온라인 계좌를 확보해 5년 안에 1조 엔의 예금을 유치한다는 거대한 목표를 세우고 있다.

IY뱅크

IY뱅크는 일본 최초의 유통업 은행으로, 이토요카도그룹이 2001년 5월에 설립하였다. 유통업체에서 만든 은행답게 일상적인 자금 입·출금 등 고객의 지갑을 대신하는 기능이 중심이 되고 있으며, 취급하는 금융상품은 아직은 보통예금뿐이다. 현재는 세븐일레븐 점포 등에 설치된 1,190대의 ATM에서만 거래가 가능하기 때문에 엄밀한 의미에서 인터넷은행이라고 말하기는 어렵다. 인터넷, 휴대전화 등을 통한 서비스는 2001년 10월 이후부터 개시할 예정으로 알려져 있다.

현재는 보통 및 정기예금과 함께 자동차 대출과 투자신탁 업무를 취급하고 있으며, 금리도 높게 책정하고 있다. 한 예로 1년짜리 정기예금 금리가 시중은행보다 10배 높은 연리 0.5%에 이른다.

소니뱅크 출범의 의미

또한 향후에는 소니뱅크가 영업을 점진적으로 확대해 외화 예금과 모기지 등도 취급할 계획이며, 소니뱅크의 계좌를 개설하려면 웹사이트

'<http://www.sonybank.net>'으로 들어가 개인 신상기록을 입력해 출력한 후 서명해 은행에 보내면 된다. 가입자는 은행으로부터 현금카드를

〈표 1〉 소니그룹이 제공하는 주요 EC 관련 서비스

카테고리	서비스명	운영기업	개 요	URL
B to C	SonyStyle	소니스타일 닷컴재팬	소니상품의 직판 사이트, VAIO 등에서 완전 수주 생산을 실현	www.jp.sonystyle.com
	So-net	소니커뮤니케이션 네트워크	결제서비스 'Smash'를 제공함과 동시에 전자물 사업 전개	www.so-net.ne.jp
	PlayStation.com	플레이스테이션 닷컴	플레이스테이션 본체와 관련 하드웨어, 게임 소프트웨어 등을 인터넷으로 판매, 온라인 게임이나 콘텐츠의 다운로드 판매 등 계획 중	www.jp.playstation.com
B to B	E-log	소니로지스틱스	소니그룹의 물류정보를 일괄적으로 관리하는 기업간(B to B)사이트. 화물주가 운송회사에 출하 지시를 내거나, 유통재고의 정보 공유를 지원	www.lc.sony.com
	SPIRITS	소니	부품 조달과 SCM(Supply Chain Management)를 지원하는 B to B 서비스. 전세계의 사업소에 도입	www.sony.co.jp
	SMAPS	소니	사무용품을 비롯하여 비생산재의 인터넷 조달시스템. 전세계 그룹 기업에 도입 예정	www.sony.co.jp
전자결제	e-Scot	소니파이낸스 인터내셔널	신용카드를 사용한 EC사이트용 결제서비스, So-net 결제서비스의 'Smash'가 원형	www.sonyfinance.co.jp
	Edy!	비트월렛	비접촉 IC카드를 활용한 전자화폐 서비스. 2001년 가을부터 인터넷 결제에도 이용 가능	www.sonyfinance.co.jp/e-scott/index-edy.htm
	Money kit	소니은행	인터넷은행. 온라인 은행서비스 이외에, EC 사이트용 결제 서비스 제공 예정	www.sonybank.net

자료: Nikkei NetBusiness, 2001. 5. 25

우송받아 스미토모은행 지점에 설치된 7,600개 현금 자동지급기를 이용하면 되고 편의점 체인인 am/pm에서도 사용이 가능하다.

또한 소니의 새로운 बैं킹 네트워크인 'http://www.moneykit.net' 과 같은 다른 웹사이트를 이용해서도 계좌 개설이 가능하며, 가입자들은 이밖에 퍼스컴을 통해 국제 금융뉴스도 제공받게 된다. 소니뱅크의 지분은 자본금 375억 엔 중 소니가 80%, 미쓰이스미토모은행이 16%, JP 모건이 4%를 확보하고 있다.

소니은행의 장점은 무엇보다도 뛰어난 지명도에 있으며, 소니은행은 고객에게 친숙한 은행이 되는 것을 목표로 하고 있다. 소니은행은 소니커뮤니케이션네트워크(So-net)와 제휴하여, 2001년 10월부터 So-net의 인기 콘텐츠 '포스트팻'의 캐릭터를 사용한 금융서비스를 제공하고 있으며, 온라인뱅킹 등을 포스트팻의 캐릭터를 이용하여 놀이로 즐길 수 있도록 하고 있다. 소니그룹의 콘텐츠 자산을 금융업에 활용하여 즐거운 사용자 인터페이스를 제공하려는 의도인 것이다. 즐거움 이외에도 소니뱅크는 고부가가치 상품을 제공하고 있다. 미국 신용평가회사에서 트리플 A등급을 받은 투자신탁을 인터넷으로 판매하고 있으며, 향후에는 사용자가 전자상거래의 지불결제에서 소니뱅크의 계좌로부터 송금이 즉시 가능한 결제 서비스도 제공할 예정이다. 앞서 간단히 언급하였듯이 이미 소니는 인터넷 신용카드사, 보험회사, 증권회사를 보유하고 있

으며, 여기에 은행이 추가되어 소니는 종합 네트워크 금융그룹의 면모를 갖추므로써, EC(전자상거래) 사업의 확장에 박차를 가하고 있다.

전세계 인터넷은행

현재 전세계적으로 금융산업은 인터넷이란 도구를 이용하여 시간과 공간의 제약을 벗어 던지고자 무한한 노력을 기울이고 있다. 언제든지 필요할 때는 컴퓨터를 켜고 클릭만 하면 원하는 재테크 정보를 얻고 투자할 수 있으며 다른 사람에게 돈을 보낼 수 있게 되었다.

샌프란시스코의 캘리포니아에 자리잡은 웰즈파고은행은 하루에 270만 명 이상이 웰즈파고의 홈페이지(http://www.wellsfargo.com)를 찾고 이 가운데 3분의 1 가량이 인터넷뱅킹을 이용하고 있다. 이는 업계 평균보다 3배 이상 높은 수준으로, 웰즈파고가 고객의 '손길'을 잡는 것은 "고객이 원하는 금융서비스를 언제, 어디서나(anytime, anywhere) 제공한다"는 목표에 따라 「웰즈원룩(Wells-Onelook)」 등을 통해 인터넷뱅킹 서비스의 질을 높이고 있기 때문이다. 웰즈원룩은 한 화면에 여러 금융기관의 금융서비스를 종합적으로 보여주는 기술로 이를 통해서 다른 은행이나 증권사에 갖고 있는 자신의 금융상품도 아무런 제한 없이 자유롭게 조회할 수 있다. 웰즈원룩으로 고객들은 여러 사이트를 가지 않고도 자신의 현재 금융 상태는 물론 과거

소니뱅크 출범의 의미

의 거래를 알 수 있다. 계좌조회는 물론 투자, 크레디트카드, 온라인 여행보상과 같은 정보도 클릭 한 번으로 얻을 수 있으며, 금융기관별 온라인 ID와 비밀번호를 따로따로 기억할 필요가 없다는 것도 특징이다. 고객 계좌 정보는 하루 24시간 어느 때나 로그인 할 때마다 자동으로 업데이트된다. 우리나라 금융기관은 물론 전세계 금융기관이 하루 빨리 도입하고자 하는 것도 바로 이 기술이다. 차별화된 서비스로 웰즈파고 고객 중 지점창구에서 인터넷뱅킹으로 옮겨간 전환율(emigration rate)은 10%를 넘고 있다. 국내에서 인터넷뱅킹이 가장 활발하다는 한 시중은행의 전환율이 5%에 머물고 있는 것과 상당한 거리가 있다.

물론 본고에서 인터넷뱅킹의 중요성을 말하고자 하는 것은 아니다. 인터넷뱅킹의 중요성과 동시에 무점포은행으로서 인터넷은행의 출현은 기존의 은행들에게 또 다른 경쟁자로 떠오른다는 것이다. 특히 소니뱅크와 같은 비금융기관의 금융업 진출은 국내 금융업에도 시사하는 바가 매우 크기 때문이다.

인터넷은행은 지점을 두지 않고 모든 은행거래

를 인터넷이나 전화, CD/ATM, 우편 등을 통해서 처리하는 은행을 말한다. 창구가 없기 때문에 집이나 사무실의 PC 또는 핸드폰, 전화기 등으로 거래를 하게 된다. 세계의 사례를 보면, 전화나 우편을 통한 무점포은행(온라인은행)은 1980년대부터 미국·유럽에서 영업을 해 왔으며, 인터넷은행으로서는 1995년 미국에서 설립된 SFNB(Security First Network Bank)를 시초로 보고 있다.

현재 인터넷은행은 미국 12개, 영국 5개, 아시아 4개 등 20여 개가 설립되어 영업 중이다. 일본에서는 소니뱅크에 이어 상와은행, 히타치, 이토추상사, 일본텔레콤 등도 합작을 통해 참여할 예정이어서 인터넷은행은 단기간에 총 7개사로 늘어날 전망이다. 홍콩과 대만도 지난해 인터넷은행 인가 지침을 발표한 바가 있다.

인터넷은행은 그 설립방식과 영업행태에 따라 다음과 같이 나누어볼 수 있다.

첫째, 순수 인터넷 전문은행(Pure Internet Only Bank)으로 지점이 따로 없으며 법적으로도 별도의 법인으로 구성된 은행을 말하며, 가상은행(Virtual Bank)이라고도 한다. 다만, 만드

〈표 2〉 전세계 인터넷은행 현황

지 역	인터넷은행
미 국	SFNB, 넷뱅크, 넥스트뱅크, 에어로뱅크, gl뱅크, E*트레이드뱅크 등 12개
영 국	Egg뱅크, fefirst-e, Zebank 등 5개
아시아	재팬넷뱅크, 미쓰이스미토모은행, 소니뱅크 등 4개

자료: 2001년 6월 말 기준

시 대면 확인이 필요하거나 서류 수수가 필요한 일부 거래(예 : 예금주 사망시 등)에 대비해 본부에는 창구를 두기도 한다. 미국의 SFNB, Net Bank, 영국의 Egg, First-e, 일본의 Japan Net Bank 등이 이에 해당한다.

둘째, 독자 브랜드 인터넷 전문은행(Tradename Internet Bank)으로 기존의 지점이 있는 은행(off-line bank)이 인터넷뱅킹을 위한 별도의 브랜드와 사업부를 만들고 이를 통해서 거래할 때에는 지점 이용을 제한하는 형태를 말한다. 보통 인터넷뱅킹으로 거래하는 고객에게는 지점 거래 고객보다 높은 이자율과 낮은 수수료율을 적용하고 있다. 법적으로는 두 은행이 하나로 취급되므로, 예컨대 고객이 동일한 은행의 off-line과 인터넷에 각각 계좌를 갖고 있을 때 은행이 파산하게 되면, 예금보험공사로부터는 두 계좌를 합한 금액을 기준으로 보호를 받게 되어 불이익을 받을 수 있다. 미국의 Wingspanbank(First USA Bank의 사업부), 영국의 Cahoot(Abbey National plc의 사업부), 싱가포르의 FinitiQ(Bank of Singapore의 사업부) 등이 이에 해당된다.

인터넷은행과 인터넷뱅킹의 차이점

흔히 지금도 인터넷뱅킹을 쓰고 있는데, 인터넷은행은 인터넷뱅킹과 뭐가 다르냐고 궁금해할 수 있다. 물론 인터넷으로 단순히 예금을 하

거나 자금이체를 할 때 느끼는 점은 그다지 크게 다르지 않을 수 있다. 그러나 인터넷뱅킹 서비스를 제공하고 있다고 그 은행이 인터넷은행인 것은 아니다. 인터넷은행과 인터넷뱅킹의 차이점을 간단히 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 인터넷(전문)은행은 지점이 없다. 모든 거래를 인터넷이나 전화 등을 통해서 하고 창구에서 처리하지 않기 때문에 본부는 있지만 지점은 없는 것이다. 은행의 운영경비 중에서 지점 시설과 인력을 유지하기 위한 비용이 매우 큰데, 인터넷은행은 이 비용을 완전히 없앨 수 있으므로 그만큼 고객에게 높은 예금이자율과 저렴한 수수료를 제공할 수 있는 것이다.

둘째, 인터넷으로 처리할 수 있는 서비스가 훨씬 다양하다. 인터넷은행은 인터넷만으로 모든 은행 거래를 처리할 수 있을 뿐만 아니라, 처음부터 은행의 전산시스템을 인터넷에 맞추어 개발하기 때문에 e메일 송금 등 기존 은행의 인터넷뱅킹에서는 경험할 수 없었던 많은 서비스를 받을 수 있다. 그리고 은행의 모든 역량을 인터넷뱅킹 서비스 개발에 집중시키므로 항상 한 발 앞선 서비스를 받을 수 있게 된다.

셋째, 완벽한 24시간 영업체제와 백업시스템으로 가장 안전하고 편리한 인터넷뱅킹 서비스를 제공하게 된다. 일반적으로 은행들은 하루에 있었던 거래를 정리하고 각종 예약된 거래를 처리하기 위해 밤중에 거래를 잠시 중단시켜야 한다. 그러나 인터넷은행은 전혀 중단이 필요없도

소니뱅크 출범의 의미

록 시스템을 개발하므로, 고객이 원하면 언제 어디서나 계좌이체를 하거나 인터넷쇼핑을 즐길 수 있다. 또한 장소를 달리 한 전산 백업시스템과 세 겹 이상의 보안장치를 두는 등 인터넷 전문은행에 어울리는 최상의 안전체제를 갖추게 된다.

세계 최초 인터넷은행 - SFNB

SFNB(Security First Network Bank)는 1995년에 생긴 세계 최초의 인터넷은행으로, 24시간 인터넷을 통한 거래가 가능한 사이버뱅크이다. 이제 금융산업은 인터넷을 통한 첨단 정보통신 분야에서 경쟁력을 갖춰야만 살아남을 수 있는 시대로 변해가고 있다.

SFNB란 이름으로 본격적인 인터넷은행을 시작한 것은 1992년 설립된 모회사인 Cardinal Bancshares로부터 분리한 1995년부터이다. 처음부터 인터넷은행으로 시작한 것은 아니고 전통적인 은행 영업도 하다가 SFNB를 개설한 후 현재까지 인터넷뱅킹과 전통 은행업무를 병행하고 있다. SFNB는 인터넷의 출현이 없었더라면 존재할 수 없었던 은행이다. 하지만 1990년대 들어 인터넷 사용이 보편화되자 현재 최고 책임자인 James Mahan 3세는 인터넷은행의 필요성을 느껴, 1995년 미국 켄터키주에 SFNB를 설립하게 되었다. 물론 SFNB의 탄생이 순탄했던 것만은 아니었다. 처음 대부분의 은행들은 회

의적인 반응을 보였으며, 여러 가지 기술적인 어려움에 직면하기도 하였다. 그러나 인터넷 사용의 폭발적 증가와 더불어 이제 SFNB는 다른 모든 은행들이 따라가야 할 위치까지 멀리 앞서 나가게 되었다. 그리고 SFNB는 1996년에 인터넷뱅킹 전문 소프트웨어 업체인 Five Paces와 인터넷뱅킹 보안 전문 업체인 Secure Ware를 인수하여 사세를 확장하고 기반을 더욱 굳건히 하였다.

그리고 이어서 세계적인 브랜드로의 도약을 위하여 Secure First Technologies(S1)과 합병하기에 이르렀다. 이러한 일련의 과정은 모두 고객의 수요에 대응하고 장기적인 전략으로서 연구·개발에 집중하기 위한 것이다.

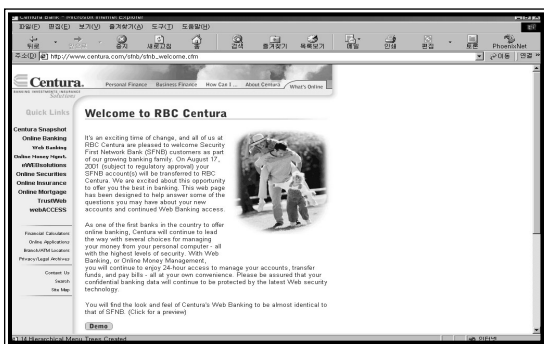
SFNB의 영업실적은 인터넷 사용의 증가처럼 폭발적이지는 못했다. 설립 당시만 해도 인터넷뱅킹이란 분야가 많이 알려지지 않았고 가장 중요한 보안(security)이란 문제에서 사람들이 확신을 가지지 못했기 때문이다. 이들의 영업실적을 보면 1996년에 2천 2백만 달러(주당 3.76달러)의 손실을 기록했는데, 이는 1995년의 1천 5백만 달러(주당 0.16달러)에 비할 때 더 나빠진 것이다. 하지만 이 결과는 지속적인 연구·개발, 인터넷뱅킹 소프트웨어 마케팅, 그리고 인터넷 데이터 프로세싱과 고객 서비스에 대한 투자에 주력했기 때문에 비롯된 것으로 평가되고 있다.

한편 SFNB는 그간 인터넷은행을 통하여 축적된 노하우와 소프트웨어 판매 영업에도 많은 힘

을 쏟고 있다. SFNB 인터넷뱅킹의 근간을 이루는 Virtual Financial Manager(VFM)란 인터넷뱅킹 시스템을 자회사인 S1을 통하여 미국을 비롯한 전세계에 보급하기 위하여 동분서주하고 있다. 이어 1996년에는 본사를 애틀랜타로 옮기면서 완벽한 보안을 위한 'Virtual Bank Manager', 'Virtual Credit Card' 등의 인터넷뱅킹 관련 시스템을 개발했으며, 현재는 투자와 기업 자금관리에 대한 시스템을 개발하는 등 더욱 앞서 나가기 위하여 연구·개발에 전력하고 있다.

SFNB(www.sfnb.com)는 초기 화면의 왼쪽에는 8가지의 메뉴가 나와 있고 오른쪽에는 창립 2주년을 알리는 인사말과 함께 은행지점의 모습과 유사한 객장을 볼 수 있다. 자세한 사용 방법은 왼쪽의 「demonstration」, 혹은 객장 그림의

〈그림 2〉 SFNB를 흡수 합병한 Centura Bank



자료: SFNB가 Centura Bank로 넘어감에 따라 2001년 8월 17일부터 SFNB의 모든 고객 계좌가 Centura Bank의 계좌로 이전되었음

「demo」를 더블 클릭하면 아주 쉽게 알 수 있다. 하지만 SFNB에서의 실제 거래는 현재 미국 국적을 가진 사람만이 가능하다. 그리고 e-mail을 통하면 관련 정보를 요청해 받을 수도 있다.

SFNB는 아직까지 모든 은행 업무를 처리할 수 있는 단계는 아니지만, 예금, 대출, 계좌이체, 공공요금 지불, 신용카드 조회 등의 업무가 가능한 단계에 이르고 있다. SFNB의 가장 큰 장점 중의 하나는 세계 어느 곳에서나 365일 24시간 내내 은행업무를 처리할 수 있다는 것이다. 그리고 일반은행처럼 특정 소재지에 점포를 두고 직원들이 운영하는 것이 아니라, 인터넷을 할 수 있는 사람이면 누구든지, 그리고 언제나 이용 가능한 은행이기 때문에 시간과 장소에 구애받지 않고 편리하게 사용할 수 있는 은행인 것이다. 또한 기존 은행보다 더 높은 예금이자와 더 낮은 대출금리를 제공하는데, 이는 인터넷은행에서만 가능한 일이다.

SFNB의 모든 예금은 미국연방예금보험공사(FDIC)로부터 보호를 받을 수 있으며, 별도의 소프트웨어 설치 없이 SFNB가 자랑하는 보안 시스템을 통하여 안심하고 거래할 수 있다. 한마디로 돈과 시간을 절약하면서 기존 은행들보다 더 나은 조건의 거래를 할 수 있는 것이다.

국내 인터넷은행 전망

국내에서는 인터넷은행에 대해 비은행, IT 전

소니뱅크 출범의 의미

문업체 및 벤처캐피탈 등이 전문 넷뱅크의 꿈을 키워가고 있다. 은행권과 관련 업계에 따르면 해외 인터넷 전문은행이 수익성 창출 및 브랜드 조성 등에서 실패하면서 국내 금융기관들이 추진하려던 전문 넷뱅크 계획도 연기되거나 폐기됐지만 비은행 출신으로 금융기관 진입을 노리는 업체들이 국내 관련법 개정만을 기다리고 있는 것으로 나타났다. 현재 인터넷은행에 대해 관심을 보이고 있는 곳은 최근 국내 벤처기업에 대한 투자를 강화하고 있는 소프트뱅크파이낸스와 인터넷뱅킹 솔루션 공급 및 결제중개업에 치중하고 있는 웹캐시, 카드사 진출을 손꼽아 기다리고 있는 롯데그룹 등이다.

「인터넷은행의 인가 기준을 마련하겠다는 정부의 말만 믿고 준비를 했는데 아무런 진전이 없습니다. 지난 1년 3개월이 헛고생으로 끝날까 걱정입니다.」
- 동양종합금융 관계자 -

「현재로서는 인터넷은행의 인가 기준을 따로 마련할 계획이 없습니다. 지금이라도 인터넷뱅킹을 하려면 은행법에 따라 자본금이 1000억 원 이상, 1인당 지분한도가 4%로 일반은행을 설립하면 됩니다.」
- 금융감독위원회 당국 -

자료: 2001년 6월 21일자 동아일보 참조

소프트뱅크파이낸스의 경우 최근 금융 네트워크 전문사인 코아정보시스템의 대주주가 된 데 이어 인터넷뱅킹 및 B2B 마켓플레이스에서 두각을 나타내고 있는 소프트그램 및 웹캐시 등 금융 관련 SI 및 솔루션업체의 주식을 집중 매입하

고 있는 상황이다.

소프트뱅크의 국내 벤처 투자전략은 금융과 네트워크, 엔터테인먼트 등이며 특히 금융권 관련 기술 보유기업에 대한 투자는 돈을 아끼지 않고 있어 인터넷은행에 관심을 가지고 있는 국내 기업들이 예의 주시하고 있는 상황이다.

소프트뱅크파이낸스가 인터넷은행 설립을 공식적으로 천명한 바는 없지만 일본의 소프트뱅크가 전문 인터넷은행에 투자를 하고 있다는 점에서, 그리고 풍부한 자본을 보유하고 있으므로 이 같은 예측은 증폭되고 있다.

롯데그룹의 경우도 롯데쇼핑에 카드 관련 시스템 구축을 이미 완료하고 카드업 진출을 손꼽아 기다리고 있는 상황이며 각종 유통채널을 보유하고 있다는 점에서 인터넷은행 진출이 유력시되고 있다.

전국에 걸쳐 산재해 있는 백화점, 대형 유통채널, 롯데리아 등의 패스트푸드점 및 편의점이 인터넷은행의 채널로 활용 가능하다는 점과 카드 사업을 준비하면서 연구한 인터넷은행 노하우가 결합되면 무서운 힘을 발휘할 것으로 예상된다.

웹캐시는 퇴출된 동남은행 출신들이 은행 경험을 기반으로 각종 솔루션을 개발하면서 하나은행 및 교보생명 등과 결제중개사업을 추진하고 있다.

매직뱅크 및 @뱅크라는 브랜드로 조성되는 ATM/CD망은 현재 800개소를 넘고 있으며 내년 말경에는 2,000여 대에 이를 것으로 전망된

다. 따라서 내년 말이면 웹캐시는 대도시의 주요 유동인구 밀집지역에 은행 결제 및 은행업무를 처리할 수 있는 무인 창구를 은행의 점포수보다 많이 보유하게 될 것으로 예상된다.

최근 들어 국내에서도 SK와 롯데 등 대기업과 시큐어소프트 같은 벤처기업들이 공동으로 인터넷전용은행 「브이뱅크」를 설립하기로 결정함에 따라 많은 관심이 모아지고 있다(〈표 3〉 참조).

그 동안 「대기업 은행설립 불가」라는 정부방침과 동일인 지분제한 조건으로 은행업에 진출할 수 없었던 대기업은 물론 벤처기업까지 가세해 만든 시중은행이라는 점에서 국내에서는 처음 있는 시도이다.

브이뱅크는 우선, 은행설립 준비위원회격인 「브이뱅크 컨설팅」을 발족하고, 200명 미만의 인력과 무점포를 통한 저비용 구조로 저렴하고 다양한 맞춤형 온라인 금융상품을 선보일 계획이다. 또한 단순히 금융상품을 판매하는데 그치지 않고 정확한 회원정보를 바탕으로 주주사인 대기업, 벤처기업과 온라인 공동마케팅도 펼칠 방침이어서 국내 금융계에 일대 파란이 예상되

고 있다.

브이뱅크는 오프라인 은행과의 차별화를 위해 「철저한 온라인 서비스」와 「개인대상 맞춤형 서비스 개발」에 주력할 방침이며, 오프라인 은행의 틈새시장을 공략하기 위해 법인대상 영업은 하지 않을 계획이다. 단순히 인터넷으로 금융상품을 조회해 볼 수 있는 차원에서 벗어나 회원에 따라 서로 다른 초기화면이 제공되고 개인별 소득수준에 맞는 금융상품이 자동으로 추천되도록 한다는 것이다.

특히 오프라인 지점 없이 순수하게 인터넷기반으로 회원을 모으고 돈을 송금하고 금융상품을 판매한다는 것은 국내 e금융의 수준을 한 단계 끌어올릴 것으로 평가받고 있으며, 주주로 참여한 기업들은 데이터베이스 마케팅을 벌이고, 은행지점이 없는 대신에 대도시 일부 거점에 고객 서비스센터를 만들 계획이다. 은행 점포에 대한 고객의 신뢰감과 익숙함을 어떻게 바꿔나갈지, 인터넷전용은행 「브이뱅크」의 실험이 주목되고 있다.

하지만 아직 관련법의 개정이 이뤄지지 않아 인터넷전문은행의 출현은 현실과 사뭇 거리가 있는 것이 사실이다. 따라서 e-비즈니스 시장의 성장과 함께 진행될 환경 변화의 폭과 깊이에 따라 내년 말 혹은 2003년 초경에나 전문 인터넷은행이 등장할 것으로 예상된다.

〈표 3〉 브이뱅크(가칭) 예상 설립절차

2001년 말	대기업과 벤처기업을 주주사로 확보
2002년 초	은행설립 계획서 작성 및 사업모델 확정
2002년 1분기	금감위에 시중은행 설립 인가 신청
2002년 3분기	인터넷전용은행 시스템 구축
2002년 말	정식 서비스 시작

자료: 2001년 11월 3일자 매일경제신문 참조

소니뱅크 출범의 의미

시사점

소니는 금융거래와 관련한 모든 서비스를 사이버 세계에서 완전히 종결시키는 것을 목적으로 소니뱅크를 출범시켰다. 소니뱅크의 비즈니스 모델은 인터넷상에서 소니가 가지고 있는 콘텐츠에 은행을 결합한 것으로 미래의 은행상을 상상해 볼 수 있게 한다. 물론 소니뱅크가 성공할지 실패할지의 여부는 관심을 가지고 지켜봐야 할 것이다. 대표적 인터넷은행으로서 SFNB는 무엇보다도 이름에 Security First를 내세움으로써 고객에게 철저한 금융사고에 대한 안전성을 강조하고 있고 암호화, 방화벽, 보안 강화 운영체제에 이르기까지 보안에 대한 아키텍처(architecture)를 공개하고 자랑하고 있다. 이처

럼 소니뱅크도 기존 은행과의 차별화를 어떤 식으로 할 것인지에 따라 그 성패가 나눌 것이다.

초창기에 SFNB에 회의적이었던 많은 은행들이 지금은 서로 앞다투어 인터넷은행을 설립하려고 서두르고 있다. 이제 대세는 역전돼 인터넷 금융서비스가 고객의 요구, 비용 절감 등 여러 가지 이유로 은행의 생존과 직결되는 문제로 대두되고 있다. 또한 금융 전문가들도 인터넷이 금융산업에 미칠 영향이 80년대를 풍미했던 '빅뱅' 보다 훨씬 더 클 것으로 보고 있다. 바야흐로 제4의 산업혁명으로 불리는 디지털 시대에 은행에 대한 일반적인 인식이 다음과 같이 변하고 있는 것이다.

『네트워크시대에 은행기능은 필수적이거나, 은행은 필수가 아니다.』 