

모바일뱅킹 서비스 동향과 전망

목차

I. 모바일뱅킹 서비스의 부상 배경	1
II. 모바일뱅킹 서비스 개요	3
III. 해외 모바일뱅킹 서비스 시장 동향	8
IV. 국내 모바일뱅킹 서비스 시장 동향	12
V. 시사점	17

《 요 약 》

- 모바일뱅킹 서비스의 부상은 모바일 컨버전스 확산과 모바일뱅킹 서비스를 둘러싼 시장기회 요인의 증가 등에 기인한다. 동 서비스를 둘러싼 시장기회 요인으로는 관련비용 절감 및 기술 발전, USIM 활용도 증가, 동 서비스에 대한 수요확대 및 서비스 사업자에 대한 새로운 수익원 제공 등을 들 수 있다.
- 모바일뱅킹 서비스는 모바일 디바이스를 통해 이루어지는 은행 서비스를 의미하며, 동 서비스는 크게 모바일 계좌관리, 모바일 이체, 모바일 지로 및 고객센터의 4가지 영역으로 분류된다. 또한 동 서비스는 구현기술에 따라 WAP, VM 및 Smart Card(IC Chip) 방식의 3가지 영역으로 나뉘어진다.
- 향후 전세계 모바일뱅킹 서비스 이용자 수 및 거래규모는 지속적으로 증가하여 2011년 이르면 서비스 이용자는 4억 800만 명, 거래금액은 5,650억 달러에 이를 것으로 전망된다.
 - 일본의 경우, 모바일뱅킹 서비스 단말기만 약 2,500만 대가 보급되어 있으며, NTT DoCoMo 및 KDDI社 등 이동통신서비스 사업자가 주로 Smart Card 방식으로 서비스를 제공 중이다.
 - 미국은 아시아·태평양 지역에 비해 시장둔화 양상을 보여 2007년 말 기준 모바일뱅킹 서비스 가입자 규모가 100만명 가량에 불과하지만, 미국 내 이동통신 단말기 시장의 성장 및 휴대폰 보안에 대한 사용자 신뢰도 향상 등으로 2012년에 이르면 4,000만 명 가량의 가입자를 확보할 수 있을 것으로 보인다.
- 국내 모바일뱅킹 등록고객 수는 2003년 18만 9천 명에서 2008년 1분기 기준 약 570만 명까지 증가하였으며, 이는 Smart Card 및 VM 등 관련 인프라의 발전에 기인한 것으로 판단된다. 현재 국내 모바일뱅킹 서비스의 대부분은 조회서비스(모바일 계좌관리)가 대부분이지만 향후

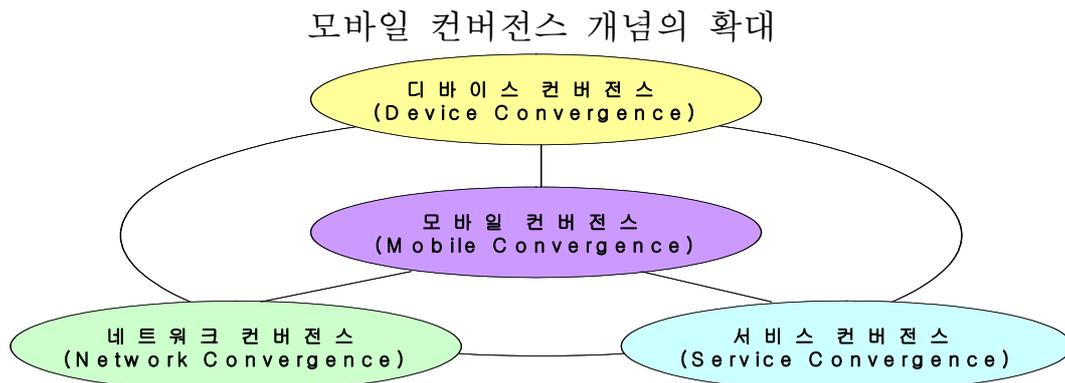
이체서비스의 비중도 점차 증가할 전망이다.

- 국내 모바일뱅킹 서비스 시장확대를 주도해 온 LGT는 Bank-On 서비스를 중심으로 점유율 확대를 추진 중이며, SKT는 향후 대용량 USIM 탑재를 통해 자사 M-Bank 서비스 확대를 계획 중이고, KTF는 K-Bank 서비스를 통해 차별화된 부가서비스 제공할 계획이다.
 - 국내 모바일뱅킹 서비스 가입자의 70% 이상을 커버하고 있는 국민은행과 우리은행은 LGT, SKT 및 KTF와 제휴하여 모바일뱅킹 서비스 시장을 선도하고 있으며, 타 금융기관도 모바일뱅킹 서비스 시장의 성장성을 인식하고 동 서비스 도입과 확대를 추진하고 있다.
- 향후에는 모바일뱅킹을 통해 이동통신시장과 금융시장이 융합되는 양상이 부각될 것으로 보인다. 단기적으로는 타 영역으로의 진출이 주된 추세로 나타날 것이며, 장기적으로는 각 산업간 구분이 모호해지는 시점에 이르러 통합 영위형 산업의 등장도 생각해 볼 수 있을 것이다.
- 이에 대해 은행업계는 MVNO 등록을 통한 통신시장 진입을 고려하고 있으며, 통신업계는 휴대폰 소액결제 등 금융기관을 거치지 않는 서비스를 모바일뱅킹 서비스 영역으로 확대하는 전략을 추진할 것으로 보인다.

I. 모바일뱅킹 서비스의 부상 배경

□ 모바일 컨버전스의 확산

- 휴대기기에 다양한 기능을 접목하는 모바일 컨버전스가 빠른 속도로 진행 중에 있으며, 미래 통신시장의 향방은 모바일 컨버전스에 의해 좌우될 전망
 - 특히 휴대기기 중에서도 휴대폰을 중심으로 한 컨버전스가 진행 중
- 디바이스를 중심으로 이루어졌던 모바일 컨버전스는 네트워크 및 서비스로 그 개념이 확대되고 있음
 - 최근의 모바일 컨버전스는 디바이스, 네트워크 및 서비스 부문에서 모두 이루어지고 있음



자료 : 안승권, 모바일 컨버전스, 글로벌 모바일 포럼, 2008

□ 모바일 컨버전스의 한 추세로서의 모바일뱅킹

- 디바이스 측면에서는 기존의 통화 위주의 단말기가 금융거래 기능까지 갖추게 되어 디바이스 컨버전스 발생
 - 더불어 통신서비스와 금융서비스의 융합이라는 측면에서는 서비스 컨버전스로도 받아들일 수 있음
- 특히, 모바일뱅킹은 컨버전스 2.0의 특성을 지님
 - 컨버전스 2.0은 하나의 산업 내에서 발생하는 전통적인 컨버전스(컨버전스 1.0)와 달리 이종산업 간에 발생하는 컨버전스를 의미

컨버전스 1.0 VS 컨버전스 2.0

구 분	컨버전스 1.0	컨버전스 2.0
주도자	공급자에 의해 주도	소비자에 의해 주도
발생영역	단일산업 내에서 발생	이종산업 간 발생
초점	기술 중심의 컨버전스	소비자 중심의 컨버전스

자료 : 글로벌 모바일 포럼, 매일경제신문, 2008

□ 모바일뱅킹을 둘러싼 시장기회 요인의 증가

- 사용자와 사업자의 비용절감 및 보안기술의 발전, 모바일뱅킹에 대한 수요 증가 등이 모바일뱅킹 시장상황의 호재로 작용
 - 최근 Master Card社 등이 실시한 사용자 설문조사에 따르면, Smart Card 등이 일반화되면서 인증이 용이해져 모바일뱅킹을 포함한 모바일금융 서비스에 대한 사용자의 수요 집중
- 모바일뱅킹은 통신사업자, 금융기관 및 IT 사업자 등 다양한 사업자 모두에게 수익창출 기회를 제공
 - 통신사업자에게는 포화상태에 다다른 이동통신시장에서의 신규 수익 모델을 제공할 수 있으며,
 - 금융기관에게는 신규채널을 활용한 전자금융 서비스 강화 기회를 제공하고,
 - IT 사업자에게는 신규 IT 서비스 개발에 따른 시스템 및 S/W 시장 활성화 기회를 부여할 수 있음
- 반면, 이동통신사와 금융기관 간 사업 주도권을 둘러싼 힘겨루기 등 장애요인도 간과할 수 없는 요소
 - 모바일금융 서비스 관련 이윤분배에서 우위를 갖고자 하고 정작 고객 서비스 등에 대해서는 서로에게 미루는 사례 발생
 - 기술적으로 표준화가 미비한 상황에서 비슷한 서비스에 중복 투자하는 것도 장애요인의 한 요소로 작용

모바일뱅킹 시장의 기회요인과 장애요인

기회요인	장애요인
사용자의 요구 증가	이동통신사와 금융기관간 상호견제
비용 절감	표준화 기술 미비
ARPU 증가	비즈니스모델 미비
일대일 마케팅 가능	기존 금융권의 규제 요소 존재
보안기술 향상	서비스 주체의 불명확성
이동통신 가입자의 지속적 증가	이윤분배의 문제 등
새로운 이윤 채널	-
브랜드 이미지 상승	-
WCDMA와 USIM의 활용도 증가	-

자료 : 모바일 콘텐츠 이야기 (성장기에 들어설 모바일금융 서비스), 2008

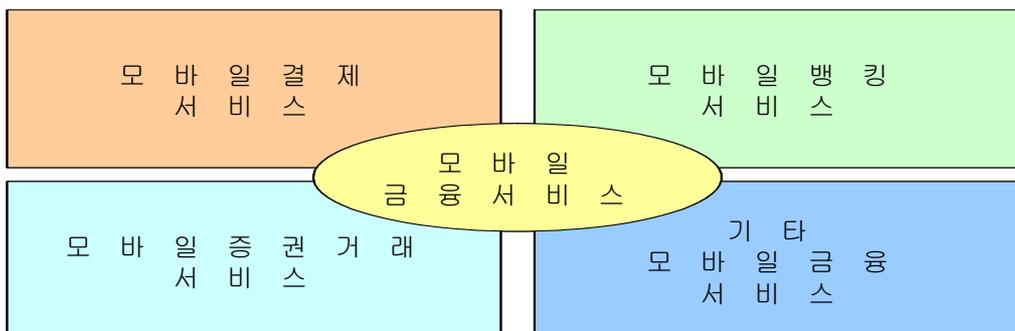
II. 모바일뱅킹¹⁾ 서비스 개요

1. 모바일뱅킹의 개념 및 발전과정

□ 모바일금융 서비스의 한 영역으로서의 모바일뱅킹 서비스

- 모바일금융 서비스(Mobile Financial Services)는 무선인터넷 기술을 응용하여 지불, 결제 및 거래가 이루어지는 일련의 금융서비스를 의미
- 모바일금융 서비스는 크게 모바일뱅킹(Mobile Banking), 모바일결제(Mobile Payment) 및 모바일증권(Mobile Stock) 등으로 분류됨

모바일 금융서비스로서의 모바일뱅킹



자료 : Mobey Forum, 2008

1) 정보통신산업협회의 분류에 따르면, 모바일뱅킹 서비스는 부가통신서비스 > 부가통신응용서비스 > 전자지불서비스 영역에 해당됨

- 모바일뱅킹은 모바일 디바이스를 통해 이루어지는 은행 서비스를 의미
 - 본 용어는 이동성(Anywhere)을 의미하는 “무선(Wireless)”과 언제든지(Anytime) 이용할 수 있다는 “온라인(On-Line)”, 금융서비스의 하나인 “뱅킹(Banking)”이란 3가지 뜻이 결합된 형태

금융결제원은 Mobey Forum의 모바일금융서비스 중 모바일뱅킹 및 모바일결제 서비스를 합쳐 모바일지급결제 서비스로 분류하고 있으며, 모바일지급결제 서비스는 모바일뱅킹 및 기타 모바일지급결제 서비스로 분류됨

□ 모바일뱅킹은 크게 4가지 서비스 영역으로 분류 가능

- 모바일 계좌관리
 - 모바일 디바이스를 통해 계좌관리, 잔액조회 등의 서비스를 제공
- 모바일 이체
 - 타 금융기관의 계좌 또는 주식계좌 등에 대한 자금이체 서비스 제공
- 모바일 지로
 - 각종 공과금의 지로를 모바일로 발행, 지불
- 고객센터
 - 계좌에 대한 자신의 정보관리나 기타 고객센터 제공

모바일뱅킹 서비스의 주요 영역

주요 서비스 영역	내 용
모바일 계좌관리	계좌관리, 잔액조회 등을 모바일 디바이스를 통해 제공
모바일 이체	타은행 계좌 또는 주식계좌 등에 이체
모바일 지로	각종 공과금의 지로를 모바일로 발행, 지불
고객 서비스	계좌에 대한 개인정보관리 또는 기타 부가서비스 이용

자료 : Juniper Research, 2008

□ 국내 모바일뱅킹 서비스 발전과정

- 국내 모바일뱅킹은 2000년 4월 SKT의 n.Top 서비스에서 시작하여 LGT의 Bank On, SKT의 M-Bank 및 KTF의 K-Bank로 발전
 - 특히 국내 모바일뱅킹 서비스의 확산은 가입자 유치전략을 집중 추진한 LGT Bank-On(국민은행과 제휴)에 기인
- LGT의 Bank-On의 성공적인 반응에 힘입어 SKT 및 KTF도 경쟁적으로 제휴 은행을 확대해 왔음
 - 현재 국민은행, 우리은행, 신한은행 등 국내 대부분의 대형 금융기관들이 모바일뱅킹 사업에 참여 중

국내 모바일뱅킹 서비스 주요 연혁

시 기	사 업 자	서 비 스 명
2000년 4월	SKT	n.Top
2003년 9월	LGT	Bank-On
2004년 3월	SKT	M-Bank
2004년 3월	KTF	K-Bank
2004년 5월	금융결제원	Ubi
2004년 8월	LGT	가입자 100만 돌파
2007년 4월	우리은행	VM ²⁾ 을 이용한 모바일뱅킹 최초 도입
2008년 1월	국민은행	모바일뱅킹 가입자 200만 돌파
2008년 1월	우리은행	모바일뱅킹 가입자 200만 돌파

자료 : 와이즈인포, 모바일뱅킹 서비스 현황, 전자부품연구원, 2008.2 참조 후 재작성

2. 구현기술에 따른 모바일뱅킹 분류

□ WAP³⁾ 방식 모바일뱅킹

- WAP 방식 모바일뱅킹은 모바일뱅킹 초기 구현방식으로 한미은행과 SKT에 의해 시작

- 2) VM : “Virtual Machine”의 약자이며, JAVA의 개발사인 Sun Microsystem社에 의해 사용된 용어로, 하드웨어(또는 운영체제)와 응용프로그램 간 적합성을 증진시키거나 운영체제와 같은 역할을 하는 일종의 S/W이며, WIPI(위피)가 이에 해당함
- 3) WAP : “Wireless Application Protocol”의 약자로, 휴대폰에서 인터넷과 같은 무선통신이 가능하게 하는 애플리케이션 국제표준의 한 종류

- 1999년 이후 SKT를 비롯한 이동통신 3사가 iSMS⁴⁾ 및 WAP을 이용한 무선인터넷 서비스를 출시하고 서비스를 본격화함에 따라, 2000년부터 국내 은행들과 제휴 하에 모바일뱅킹 서비스 제공
- 서비스 초기에는 SKT의 n.Top, KTF의 magic[®], LGT의 eZ-i 등에서 예금 및 거래명세서 조회, 자금이체와 같은 단순 금융거래가 주를 이루었으나, 현금서비스 및 대출서비스 등으로 서비스 영역 확대되었음

○ 국내 은행들은 모바일뱅킹 서비스 초기 WAP 방식의 모바일 뱅킹에 대해 적극적 투자로 시장확대 기회 마련

- 반면 서비스 초기의 WAP 방식 모바일뱅킹을 추진했던 유럽 및 미국의 선두권 은행(예 : BOA)들은 이동통신사와의 갈등 및 저조한 이용 실적 등으로 투자를 줄이거나 서비스를 중단한 바 있음

□ VM 방식 모바일뱅킹

- VM 방식 모바일뱅킹 서비스는 2007년 4월 우리은행에 의해 최초로 서비스가 개시되었음
- 2007년 11월 하나은행 및 농협 등이 뒤를 이어 서비스를 개시하였고, 현재 대부분의 은행에서 서비스를 도입하였거나 도입을 고려하고 있는 상황

VM 방식 모바일뱅킹 서비스 업무



자료 : 국민은행

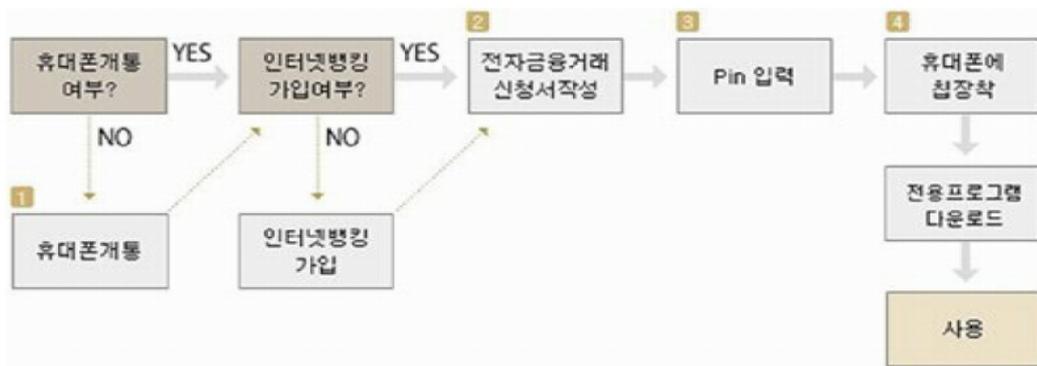
4) iSMS : "Interactive Short Message Service"의 약자로, WAP 이전에 SMS를 이용한 무선인터넷 방식이며, 고객의 휴대전화기의 문자메세지 서비스를 이용하여 계좌정보 등의 조회 서비스만 이용 가능하였음

- VM은 기존 휴대폰의 운영체제 또는 플랫폼 위에서 작동하는 별도의 프로그램으로 Nate 등 이동통신사의 모바일 포털 없이 각 은행의 온라인뱅킹 시스템에 직접 접속하는 것을 가능케 함
 - 별도의 H/W가 필요치 않다는 점이 금융기관 및 사용자들에게 많은 이점과 편의성을 제공하는 반면, 보안 취약성을 배제하기는 어려움

□ Smart Card 방식 모바일뱅킹

- 2003년 9월 LGT Bank-On 서비스에 의해 시작된 Smart Card 방식 모바일뱅킹 서비스는 사용자가 은행을 통해 금융전문 기능 Chip을 발급 받아 사용하는 방식
 - 현재의 모바일뱅킹 서비스는 USIM⁵⁾ 및 금융전문 Chip을 이용한 Smart Card 방식이 대세를 이루고 있음
 - LGT(Bank-On)에 이어 SKT(M-Bank), KTF(K-Bank)도 서비스를 출시한 상황

Smart Card 방식 모바일뱅킹 이용 개념도



자료 : 국민은행

- 2007년 초 3.5G HSDPA 방식 단말기 보급이 확대된 이후 특정목적에 위한 Smart Card에서 진일보한 USIM이 탑재되어 전자상거래, 신용카드 및 모바일금융 등에 널리 활용되고 있음
 - USIM 카드는 단말기 종류나 통신 사업자에 구애받지 않고 국제 로밍

5) USIM : "Universal Subscriber Identification Module"의 약자로, 휴대폰 뒷면 내부에 장착하는 IC 카드이며, 해당 사용자의 가입자 여부를 확인하는 Chip

등 다양한 서비스를 가능케 하며, 강력한 보안성을 갖추고 있어 지불 및 인증 등에 많이 사용됨

- 국내의 경우, HSDPA 서비스 도입에 따라 기존 CDMA와는 달리 이동통신 가입자를 인식/인증하고 다양한 부가서비스를 제공할 수 있는 USIM의 사용이 대중화되어 가고 있음

모바일뱅킹의 구현 기술별 분류

분 류	세 부 내 용	비 고
WAP 방식	휴대폰과 은행 시스템 사이의 거래 내용을 WAP을 통해 데이터 송수신	모바일뱅킹 초기 구현 방식
VM 방식	휴대폰에 모바일뱅킹용 프로그램을 다운로드 받아 거래시마다 프로그램을 구동시켜 이용	은행권~이동통신사간 사업주도권 다툼으로 은행권에서 시작
Smart Card 방식 (IC Chip 방식)	휴대폰 내 탑재된 금융전문 Chip인 Smart Card에 자신의 금융정보 등을 저장하여 이용편리성을 증대시킴과 동시에 보안을 강화. 국내의 경우 Chip은 은행별로 개인신청 후 발급	LGT : Bank-On SKT : M-Bank KTF : K-Bank 등

자료 : 와이즈인포, 모바일뱅킹 서비스 현황, 전자부품연구원, 2008.2

Ⅲ. 해외 모바일뱅킹 서비스 시장 동향

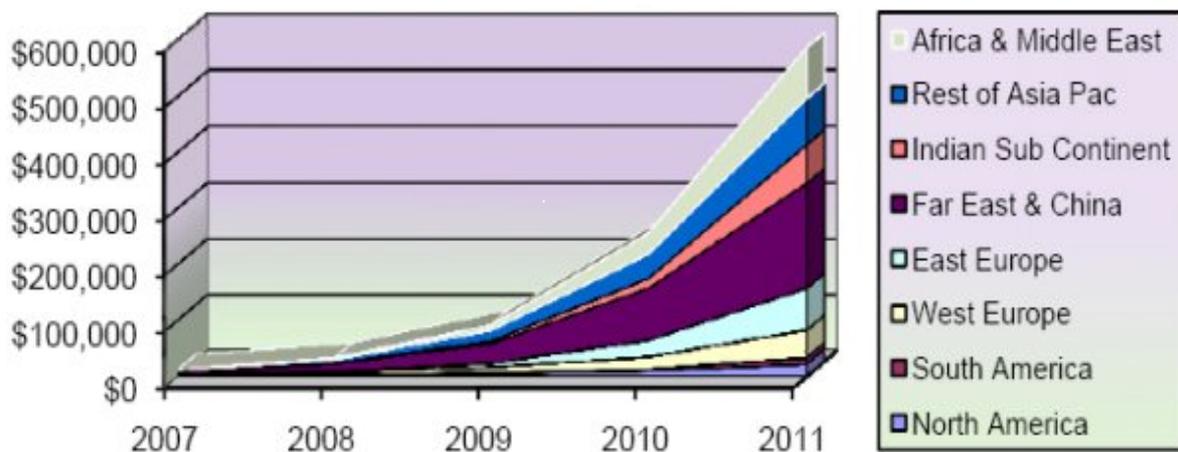
1. 해외 모바일뱅킹 서비스 시장

□ 전세계 모바일뱅킹 서비스 시장 크게 성장할 전망

- 영국의 시장조사 기관인 Juniper Research의 최근 조사결과에 따르면, 전세계 모바일금융 시장은 2009년 이후 시장규모가 급성장할 것으로 보임
 - 2011년에 전세계 모바일금융 이용자가 6억 1,200만 명에 이르고, 거래 금액은 총 5,870억 달러에 이를 것으로 전망

- 특히, 한국, 일본을 포함한 극동 아시아 지역과 중국의 성장이 두드러질 것으로 보임
- 동 조사기관의 모바일뱅킹 관련 전망에 따르면, 2011년에 이르면 전세계 모바일뱅킹 서비스 이용자는 4억 800만명, 거래금액은 5,650억 달러에 이를 것으로 보임
- 모바일금융의 또다른 서비스인 모바일결제 서비스 시장도 2011년에 2억 400만명의 이용자 및 220억 달러의 거래규모를 갖게 될 전망

전세계 모바일금융 서비스 시장 전망 (거래규모 기준)
(단위 : 백만달러)



자료 : Juniper Research, Mobile Financial Services : Banking and Payment Markets 2007-2011, 2008. 1

2. 해외 주요국의 모바일뱅킹 서비스

□ 일본

- 모바일뱅킹⁶⁾ 서비스 영역에서는 일본이 세계 최고 수준의 서비스 시장을 형성하고 있음
- 일본의 경우 UI(User Interface) 기술 및 무선인터넷(Wireless Lan) 기

6) 일본의 경우, 우리나라 금융결제원 분류방식과 같이 모바일뱅킹이 모바일지급결제 서비스 영역에 포함되어 있음

술이 발달되어 있어 모바일뱅킹이 활성화되기 좋은 환경 보유

- 2007년 3월 기준 일본 내 모바일뱅킹 서비스 가능 단말기만 2,500만 대 가량이 판매된 것으로 알려져 있음

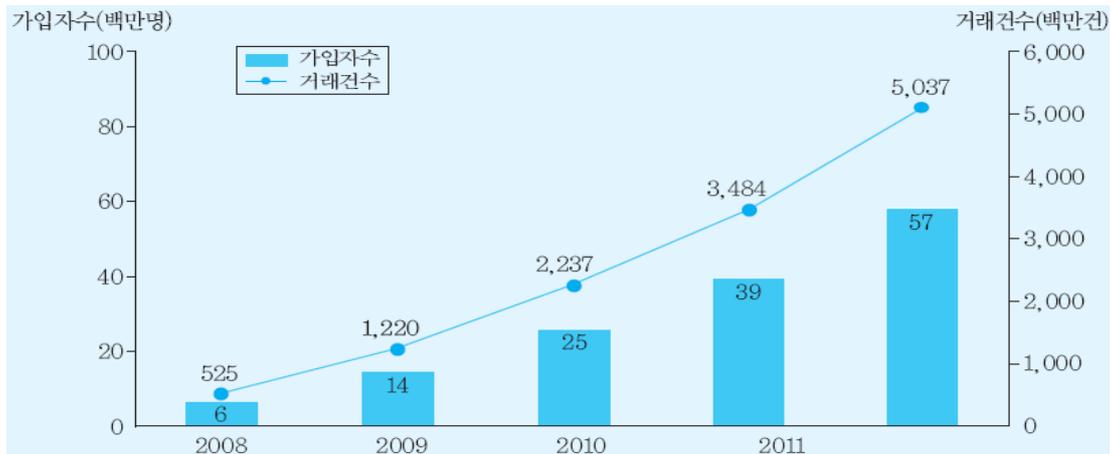
- 1997년 NTT DoCoMo는 Sony社와의 제휴를 통해 비접촉식 IC Chip인 Felica Chip을 개발한 바 있으며, 현재 일본 내에서 "Touch & Pay" 방식을 사용하는 모든 비접촉식 카드는 Felica Chip이 사용되고 있음
 - NTT DoCoMo社는 2003년 Felica Chip을 3G 이동통신서비스에 적용
 - 경쟁사인 KDDI는 Mitsubishi-Tokyo UFJ 은행과 절반씩 지분을 투자하여 2010년 4월 서비스 개시 예정인 온라인 은행 "지번은행(미뱅크라고도 지칭)"을 설립하였음

□ 미국

- 미국에서는 모바일뱅킹 서비스가 파일럿 서비스 형태로 제공되는 등 한국, 일본 등 아시아·태평양 지역에 비해 둔화된 양상을 보여 왔음
 - 미국 내에서 동 서비스는 기술적 문제 등으로 부진을 겪은 바 있으며, 2007년 말 기준으로 가입자 층이 100만 명 가량에 불과한 실정
 - 서비스 유형은 SMS, WAP 방식이 주류를 이루고 있음
- 향후 미국 모바일뱅킹 서비스 시장은 2012년에 이르면 가입자 5,700만 명, 거래건수 50억 3,700만 건에 이를 전망⁷⁾
 - 미국 모바일뱅킹 시장의 확대 요인으로 이동통신 단말기 시장의 성장과 관련 애플리케이션의 발전, 고객 확보를 위한 미국 내 주요 금융기관들의 공격적 마케팅 추진 및 기술투자 등을 들 수 있음
 - 또한 휴대폰의 보안에 대한 사용자들의 신뢰도 향상 또한 미국 모바일뱅킹 서비스 가입자 증대의 한 요인으로 작용할 것으로 기대

7) Tower Group은 2012년 4,000만 명, 그리고 Aite Group은 2010년 3,500만 명을 향후 미국 모바일뱅킹 서비스 가입자 예측치로 발표한 바 있음

미국 모바일뱅킹 시장 전망



자료 : Mobile Money Service, ABI Research Group, 2007. 7

- 2007년 초 Citibank는 남부 캘리포니아에서 자사 홈페이지를 통해 다운로드가 가능한 프로그램인 Citi Mobile로 모바일뱅킹 서비스를 개시하였으며, 2007년 하반기에 이르러 전국으로 서비스 영역 확대
 - 동 서비스에는 AT&T, Sprint 및 Verizon社 등 다수의 대형 이동통신사 사업자가 참여
 - Citi Mobile의 경우 PIN 번호로 이용자를 식별케 하고, 단말기에 개인정보가 저장되지 않도록 하였으며, 단말기와 금융기관간 전송 데이터를 128-bit 암호로 저장함으로써 보안문제 최소화

- BOA(Bank of America)는 2007년 3월 테네시에서 모바일뱅킹 과일렛 서비스를 개시한 바 있으며, 2007년 3분기에 이르러 미국 전 지역으로 서비스 영역을 확대한 바 있음
 - BOA의 모바일뱅킹 서비스에도 AT&T, Verizon, Sprint 및 T-Mobile 등의 통신사업자가 참여

IV. 국내 모바일뱅킹 서비스 시장 동향

1. 국내 모바일뱅킹 서비스 시장

□ 국내 모바일뱅킹 서비스 시장 규모는 2003년 이래 큰 폭으로 증가

- 국내 모바일뱅킹 등록고객 수는 2003년 18만 9천 명에서 2008년 1분기 기준으로 570만 2천 명까지 증가하며 그 규모가 비약적으로 확대되어 왔음
 - 이같은 시장규모 확대는 Smart Card, VM 기술발전 등 관련 인프라의 확충에 기인
 - 2008년 1분기 거래금액 기준으로 인터넷뱅킹⁸⁾에서 모바일뱅킹이 차지하는 비중은 4.2%로 미미한 수준이나, Smart Card 및 VM 방식의 모바일뱅킹 서비스가 활성화될 경우 향후 그 비중 꾸준히 상승할 전망

국내 모바일뱅킹 등록고객 수 증가추이

(단위 : 천 명, %)

구 분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년 1분기
등록고객 수 ^{주)} (Smart Card 방식)	189	894	1,861	2,979	4,412	4,604
등록고객 수 (VM 방식)	-	-	-	-	597	1,098
합 계	-	-	-	-	5,009	5,702

자료 : 한국은행, 2008년 1/4분기 국내 인터넷뱅킹서비스 이용현황, 2008.2

주) LGT Bank-On, SKT M-Bank 및 KTF K-Bank

- 국내 모바일뱅킹 이용 행태별 실적을 보면, 2008년 1분기 기준으로 조회서비스(모바일 계좌관리)가 일평균 76만 건이고, 이체서비스(모바일 이체)는 일평균 13만 건으로 그 규모가 꾸준히 증가하고 있음
 - 현재는 전체 모바일뱅킹에서 이체서비스 대비 조회서비스의 이용건수 비중이 높으나, 향후에는 금융기관 수수료 수익과 관련된 이체서비스 비중 점차 높아질 전망

8) 한국은행은 PC를 이용한 인터넷뱅킹과 휴대폰을 이용한 모바일뱅킹을 합쳐 인터넷뱅킹 서비스 통계로 산출하고 있음

국내 모바일뱅킹 서비스 이용실적 (일평균 기준)

(단위 : 천 건, 억원, %)

구 분	2004년		2005년		2006년		2007년		2008년 1분기	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
조회 서비스	114	-	231	-	366	-	598	-	762	-
	(81.4)	-	(80.8)	-	(82.1)	-	(83.5)	-	(85.3)	-
	-	-	<102.6>	-	<58.4>	-	<63.4>	-	-	-
이체 서비스	26	-	55	567	80	735	118	1,061	131	118.7
	(18.6)	-	(19.2)	-	(17.9)	-	(16.5)	-	(14.7)	()
	-	-	<111.5>	-	<45.5>	<29.6>	<47.5>	<44.4>	-	-
합계	140	-	286	-	446	-	716	-	893	118.7
	(100.0)	-	(100.0)	-	(100.0)	-	(100.0)	-	(100.0)	-
	-	-	<104.3>	-	<55.9>	-	<60.5>	-	-	-

자료 : 한국은행, 2007년 중 국내 인터넷뱅킹서비스 이용현황, 2008. 2

주) ()는 전체 모바일뱅킹 서비스에서 차지하는 비중을, <>는 전년대비 증가율을 의미

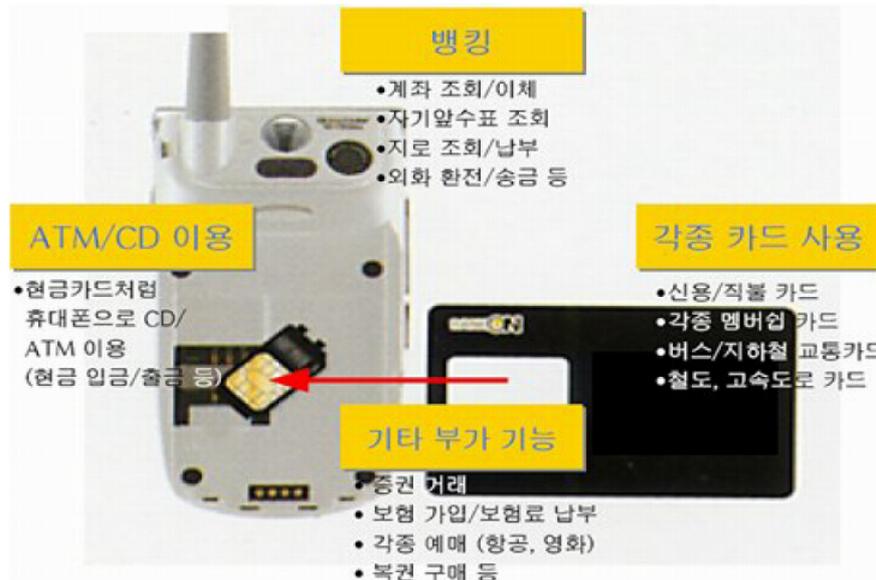
2. 국내 모바일뱅킹 서비스 주요 사업자

□ LGT : Bank-On

- LGT는 2003년 9월 국민은행과의 제휴를 통해 출시한 Bank-On 서비스를 통하여 가입자 확대를 지속적으로 추진 중
 - 국내 최초의 Smart Card 방식 모바일뱅킹 서비스인 Bank-On 서비스는 국내 모바일뱅킹 서비스 시장 확대에 크게 기여한 것으로 평가
 - 동사는 SKT 및 KTF와의 경쟁에서 생존하기 위해 사업 주도권을 은행에 양보한 대신, 은행을 동사 가입자 유치를 위한 하나의 유통 채널로 만들어 서비스 1년 내에 순증가입자 100만명을 돌파한 바 있음
- 월정액 800원인 Bank-On 서비스는 금융전용 Smart Card 하나로 제휴은행의 계좌조회, 이체, 출금 및 수표조회 등 기본서비스 뿐만 아니라 교통카드 기능도 제공
 - 2007년 8월 현재, 우리은행, 조흥은행, 농협, SC제일은행, 외환은행,

기업은행, 대구은행, 부산은행, 경남은행, 광주은행 등 11개 은행과 제휴 중이며 VM 방식 서비스도 병행 제공 중

LGT의 Bank-On 단말의 모형 및 구현기능



자료 : LGT

□ SKT : M-Bank

- SKT는 월정액 800원으로 Smart Card 방식인 자사 M-Bank 서비스를 통해 모바일뱅킹 서비스 제공 중
 - 동사는 M-Bank 서비스로 시간과 장소에 구애받지 않고 제휴은행 고객계좌의 예금잔액, 거래내역 조회, 이체 등 각종 금융서비스 제공
 - 더불어 신용카드, 교통카드, 증권/금융정보, 쇼핑몰 등 MONETA⁹⁾ 서비스도 동시에 제공하고 있음
 - M-Bank 서비스 제휴은행은 우리은행, 신한은행, 조흥은행, 하나은행, 농협, 광주은행, 전북은행, 경남은행 등 총 16개로 구성되어 있음

- 동사는 2008년 하반기 이후 범용 금융거래를 가능케 하는 대용량 USIM 카드를 탑재하여 고객층 확대 추진할 계획

9) SKT에서 개발한 Chip으로 신용카드, 멤버십, 쿠폰, 상품권 등을 Chip 하나에 담아 이용하게끔 하는 새로운 형태의 지불, 결제 수단

- 2008년 1월 현재, SKT가 제공 중인 USIM 사용가능 단말기는 약 200만 대이지만, 실제적인 범용 금융서비스 이용이 가능한 USIM 탑재 단말기는 약 40만대에 이르는 실정

□ KTF : K-Bank

- SKT가 기 제공중인 대용량 USIM 카드에 대해 KTF는 개발완료 단계에 와 있으며, 모바일뱅킹 서비스 이외의 부가서비스 확대를 통해 자사 고객층 확대에 주력할 계획
 - 동사는 자사 제공 모바일금융 서비스인 K-Bank(월정액 : 800원) 활성화를 위해 모바일쿠폰(Mobile Coupon) 및 생활편의 서비스 등 부가서비스를 제공할 것으로 보임
- 동사 모바일뱅킹 제휴은행 수는 SKT 대비 적으나 고객층 확대에 따라 그 규모를 증대시킬 전망
 - 현재 K-Bank 제휴은행은 국민은행, 부산은행, 한미은행, 농협, 신한은행, 기업은행, 우리은행, 조흥은행, 기업은행 및 하나은행 등으로 구성되어 있음

국내 주요 이동통신사 모바일뱅킹 서비스 현황

통신사	서비스명	요금제	주요 추진전략
LGT	Bank-On	월정액 800원	<ul style="list-style-type: none"> · SKT 및 KTF에 뒤진 가입자 확보를 위해 출시 · 금융전용 Smart Card 하나로 계좌조회, 이체, 출금, 수표조회 및 교통카드 기능 제공 · 국민, 우리은행 등 11개 은행과 제휴
SKT	M-Bank	상 동	<ul style="list-style-type: none"> · 예금조회, 이체, 신용카드, 교통카드, 증권/금융정보, 쇼핑물 등 광범위한 서비스 제공 · 향후 대용량 USIM 탑재로 서비스 확대 예정 · 국민, 우리, 신한, 조흥 등 16개 은행과 제휴
KTF	K-Bank	상 동	<ul style="list-style-type: none"> · 대용량 USIM 개발과 부가서비스 확충을 통한 고객층 확대 추진 · 제휴은행은 국민, 부산 등 10여개로 구성

자료 : LGT, SKT, KTF

□ 국내 금융기관

- 국민은행은 LGT, SKT 및 KTF와 제휴하여 모바일뱅킹 서비스 제공 중이며 WAP, VM 및 Smart Card 방식 서비스 모두를 제공
 - 2008년 1월 현재 국민은행을 통해 모바일뱅킹 서비스를 제공받는 고객 수는 200만 명을 상회한 상황
 - 국민은행이 제공하는 모바일뱅킹 서비스는 예금계좌 현황 및 예금계좌의 거래내역 조회, 계좌이체 등이 있음

국민은행의 Smart Card 방식 모바일뱅킹 서비스



자료 : 국민은행

- 우리은행도 국민은행과 마찬가지로 LGT, SKT 및 KTF와 제휴하여 모바일뱅킹 서비스를 제공하고 있으며, WAP, VM 및 Smart Card 방식을 모두 채택
 - 우리은행의 경우 약 200만 5,000천명의 가입자를 확보하고 있으며 서비스 내용은 국민은행과 유사
 - 그 외에도 농협, SC제일은행, 외환은행, 기업은행, 대구은행, 부산은행, 경남은행, 광주은행 등의 금융기관들이 모바일뱅킹 서비스를 제공하고 있거나 도입을 준비 중에 있음

국내 주요 금융기관의 모바일뱅킹 가입자 현황

은행명	가입자 수
국민은행	약 220만 6,000명
우리은행	약 200만 5,000명
신한은행	약 16만 6,000명
하나은행	약 7만 8,000명

자료 : 디지털타임스

주) 2008년 1월 23일 기준

V. 시사점

□ 모바일 및 서비스 컨버전스 확장을 통한 이중산업간 시장융합

- 향후에는 모바일뱅킹 서비스를 통해 이동통신시장과 금융시장이 융합되는 새로운 양상 부각될 전망
 - IPTV를 통한 대형 이동통신사의 방송산업 진입과 Cable 망을 이용한 Cable-TV 업계의 초고속인터넷 시장 진입으로 대표되는 통방융합처럼, 향후에는 통신과 금융이 융합되는 양상이 확산될 것으로 보임
- 단기적으로는 본래의 영역에서 타 영역으로의 진출이 주된 양상을 보이다가, 장기적으로는 각 산업의 구분이 모호해지는 시점에 이르러 통합 영위형 산업의 등장도 가능할 것으로 전망됨
 - 이는 모바일뱅킹을 매개로 통신서비스 및 금융서비스가 공급자 주도가 아닌 고객의 편의에 의해 선택받는 Commodity化 되는 트렌드를 나타낼 것임을 의미

□ 은행업계의 통신산업 진출 : 은행권의 MVNO¹⁰⁾ 등록을 통한 통신시장 진입 모색

- 2007년 8월, 전국 17개 은행으로 구성된 모바일금융협의회는 전기통신

10) MVNO : "Mobile Virtual Network Operator"의 약자. 우리말로 "가상이동통신망사업자"로 번역되며, 일반적으로 주파수와 무선국을 보유하지 않고 통신사업자의 망을 이용하여 독립적인 브랜드 및 요금체계를 갖추고 통신서비스를 제공하는 사업자를 의미하며, 원칙적으로 독자적 Billing System이 없는 재판매사업자와는 개념적으로 구분됨

사업법 개정에 맞춰 금융결제원과 함께 MVNO로 등록하는 방식으로 이동통신시장 진출 검토 중임을 밝힌 바 있음

- 시중은행의 이같은 발표는 MVNO 방식으로 독자적인 모바일뱅킹 서비스를 실시할 수도 있다는 의지를 내비친 것으로 해석 가능
- 금융권의 사업주도권 획득을 의식한 이동통신사의 소극적인 망개방 정책으로 현재는 사업추진 보류 단계

○ 금융권의 통신산업 진출에 대한 전망

- 은행권의 경우 다양한 방식으로 모바일뱅킹 서비스에 직접적으로 관여해 왔으며, 전국에 산재한 7,000개가 넘는 지점을 이동통신사업 유통망으로 활용할 수 있다는 점에서 기회요인으로 작용
- 국내 이동통신 가입자가 포화상태 단계에 있다는 점을 감안할 때, MVNO로서의 은행권이 얼마나 많은 이동통신 잠재고객을 유치할 수 있을지에 대해서는 의문

□ 통신업계의 은행산업 진출 : 휴대폰 소액결제 등을 통한 이동통신사의 은행산업 진입 모색

○ 모바일뱅킹 서비스 시장주도권은 모바일뱅킹 서비스 초기에는 은행권과 이동통신사간 평행선 상에 있었으나, LGT의 Smart Card 방식 모바일뱅킹 서비스인 Bank-On 도입으로 은행권이 우월적 위치에 있었음

- LGT는 은행권에 모바일뱅킹 시장주도권을 넘겨주는 대신 자사 가입자 유치라는 기회 획득
- LGT의 영향으로 SKT 및 KTF의 모바일뱅킹 서비스인 M-Bank 및 K-Bank의 시장주도권도 자연스럽게 은행권으로 기울어졌음

○ 반면, 휴대폰 소액결제 등 금융기관을 거치지 않는 서비스(모바일결제 서비스)가 모바일뱅킹 영역까지 확대될 경우 고객확보를 위한 금융권과 이동통신사간 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 보임

- 휴대폰 소액결제에서 확장된 휴대폰을 이용한 개인간 자금이체 등이 활성화 될 경우 이동통신사의 금융산업 진입이 가능할 것으로 전망

참 고 자 료

- 김현희, “모바일지급결제서비스 신규 비즈니스 모델 및 주요 이슈”, 금융결제원, 2008. 4
- 와이즈인포, “모바일뱅킹 서비스 현황”, 전자부품연구원, 2008. 2
- 금융감독원, “2007년 4분기 및 연간 전자금융 취급실적”, 2008. 4
- 안승권, 모바일 컨버전스, 글로벌 모바일 포럼 2008
- 오환중 외, “모바일뱅킹에 대한 사용자 저항에 대한 연구”, 산업경제연구, 2007. 2
- 이경형 외, “국내 은행의 모바일뱅킹 서비스 현황”, KISDI, 2002.10
- 한국금융연구원, “아시아·아프리카 저개발국가, 모바일뱅킹 이용 증가”, 2008. 2
- 한국은행, “2008년 1분기 국내 인터넷뱅킹서비스 이용현황”, 2008. 4

<http://www.mobizen.pe.kr>

<http://www.time.com> (TIME 지)

<http://www.usatoday.com> (USA TODAY)

<http://www.eitimes.net> (전자정보신문)

<http://www.mocoNews.net>

<http://www.imsresearch.com>

<http://www.juniperresearch.com> (주니퍼리서치)

<http://www.kfb.or.kr> (전국은행연합회)

<http://www.kcc.go.kr> (방송통신위원회)