



# 인터넷전문은행 영업성과와 시사점

정원석 연구위원, 황인창 연구위원

최근 영업을 개시한 인터넷전문은행이 시중은행 대비 우월한 사용자 편의성 및 금리 조건 등으로 인해 소비자들에게 큰 호응을 얻고 있음. 한편 인터넷전문은행은 기존 은행에 비해 자본금이 적기 때문에 원리금상환가능성이 높은 고신용 고객을 유치하기 위해 노력할 것으로 보임. 따라서 인터넷전문은행의 경영 전략과 고객 특성을 고려할 때 인터넷전문은행은 모바일 기기 등을 통한 온라인 거래에 익숙하고 금리에 민감하며 신용등급이 높은 계층을 주요 고객으로 하여 발전할 것으로 보임. 기술 발전으로 인해 이와 유사한 소비자행태 변화가 보험산업에서도 일어나고 있음

## ■ 점포 없이 온라인으로만 은행 서비스를 제공하는 인터넷전문은행이 영업을 시작하였음

- 2017년 4월부터는 K뱅크, 그리고 같은 해 7월부터는 카카오뱅크<sup>1)</sup>가 영업을 시작하였음
- 인터넷전문은행은 점포가 없고 개좌 개설을 포함한 모든 은행업무가 인터넷을 통해 이루어진다는 특징이 있음
  - 최근 선풍적인 인기를 끌고 있는 카카오뱅크는 모바일 기기로만 은행업무가 가능함

## ■ 특히 7월 27일 영업을 시작한 카카오뱅크는 영업 개시 일주일 만에 150만 명의 고객을 확보하였음

- 영업 일주일 만에 총수신금액은 6,530억 원, 총대출금액은 4,970억 원을 기록하였음
  - 카카오의 주가는 카카오뱅크 서비스 전날 105,500원에서 영업 5일 만에 120,000원으로 13.7% 상승하였음
- K뱅크 역시 4월 3일 영업을 개시한 이후 100일 만에 가입자 수 40만 명 수신금액 6,500억 원, 대출금액 6,100억 원을 기록하였음

1) 공식명칭은 “한국카카오은행”이나 본 보고서에서는 카카오뱅크로 칭함

■ 현재까지의 인터넷전문은행에 대한 높은 소비자 호응의 원인은 사용자 편의성과 금리경쟁력 등으로 평가됨

- 계좌 개설, 정기예금 가입, 대출 실행 등에 별도의 제출 서류가 없고 진행 시간은 5분 이내임
  - 대출을 위해 지점에 방문하여 서류제출 및 신청서를 작성해야 하고 승인까지 수 일이 소요되는 예금은행에 비해 편리하고 빠름
- 정기적금 금리는 연 2.2%(12개월 기준)로 은행권 최고 수준이고, 신용대출 금리 역시 최저 연 2.84%로 매우 낮은 수준임
  - 2017년 6월 예금은행의 정기적금 금리(신규취급액 기준)는 연 1.63%(12개월 기준)이고, 일반 신용대출 금리(신규취급액 기준)는 4.41%임
  - 낮은 임대료 및 인건비 등 비용구조를 활용하여 낮은 대출 및 높은 예금 금리를 제시할 수 있는 것으로 보임
- 따라서 모바일 기기 등을 통한 온라인거래에 익숙하고 예금 및 대출 금리에 민감한 계층은 인터넷전문은행으로 이동할 유인이 있음

■ 인터넷전문은행은 자본 규모가 크지 않으므로 대출 시 원리금상환 가능성이 높아 안정적인 수익을 올릴 수 있는 신용등급이 높은 고객 유치에 집중할 것으로 예상됨

- 은행이 대출상품을 판매하면 원리금을 상환 받지 못하는 위험(신용위험)에 노출되기 때문에, 고객의 신용등급과 소득을 파악하여 대출 이자율과 한도를 결정함으로써 위험을 관리함
- 신용등급이 높은 고객에게는 기존 은행 대비 낮은 수준의 대출금리를 적용하고 저신용 고객에게는 기존은행과 비슷하거나 높은 수준의 대출금리를 적용할 유인을 가지게 됨
- 실제로 4월 서비스를 시작한 K뱅크의 한도대출 금리는 1~2등급 고객에 대해서는 업계에서 가장 낮은 수준인데 반해 5~6등급에는 시중은행에 비해 높은 수준을 적용함
  - 시중은행은 10등급까지도 대출이 가능하나 대부분 6등급까지 대출을 하고, K뱅크의 경우도 7등급 이하에는 대출을 하지 않음

〈표 1〉 주요 은행 신용한도대출(마이너스통장) 금리

| 구분      | 신용등급별 금리 |       |       | 평균금리 |
|---------|----------|-------|-------|------|
|         | 1~2등급    | 3~4등급 | 5~6등급 |      |
| IBK기업은행 | 3.80     | 4.46  | 6.84  | 4.08 |
| KB국민은행  | 4.47     | 5.05  | 5.35  | 4.58 |
| KEB하나은행 | 3.61     | 3.86  | 4.15  | 3.71 |
| NH농협은행  | 3.41     | 4.00  | 5.79  | 3.68 |
| 신한은행    | 3.50     | 3.52  | 3.65  | 3.52 |
| 우리은행    | 3.63     | 4.17  | 5.48  | 3.71 |
| 케이뱅크은행  | 3.28     | 4.90  | 6.49  | 3.49 |
| 카카오뱅크*  | 최저 2.84  | -     | -     | -    |

주: 7월 자료로 카카오뱅크의 금리는 반영되기 전임  
 자료: 전국은행연합회 자료를 재구성

- 따라서 인터넷전문은행의 경영 전략과 고객 특성을 고려할 때 인터넷전문은행은 모바일 기기 등을 통한 온라인 거래에 익숙하고 금리에 민감하며 신용등급이 높은 계층을 주요 고객으로 하여 발전할 것으로 보임
  - 앞서 언급한 특성을 가지고 있는 20~30대가 주요 금융소비계층으로 부상하고 있으므로 해당 세대 고신용자의 인터넷전문은행으로 쏠림은 점진적으로 심화될 것으로 예상됨
  - 따라서 기존 은행은 개인 고객을 대상으로는 금리가 아닌 서비스로 차별화를 시도할 것으로 보임
  
- 이러한 기술 발전으로 인한 소비자행태 변화는 보험산업에도 영향을 미치고 있으며 이러한 영향력은 향후 더욱 커질 것으로 예상됨
  - 온라인 보험슈퍼마켓 보험다모아의 이용자 수는 서비스 개시 1년 만에 100만 명을 넘었음
  - 또한 온라인 자동차보험의 시장점유율은 지속적으로 상승하여 2016년 상반기 수입보험료 기준 15.2%에 달함
  - 특히 온라인 보험회사 교보라이프플래닛은 모바일 서비스 개시 2년 만에 모바일 가입 고객의 비중이 20%를 넘었으며, 이들 가입자의 80%는 20~30대로 조사되었음
    - 가입자의 36%가 대체로 신용이 우량한 전문직 종사자(금융, 보건복지, 정보통신 등)로 조사되었음 **kiri**