

한·미간 e-finance 금융포털사이트의 활용실태 비교*

김동균** · 차순권***

〈목 차〉

- | | |
|--------------------------|---------------------|
| I. 서론 | 2. 미국 금융포털사이트의 활용실태 |
| II. e-finance의 이론적 배경 | 3. 한·미간 금융포털사이트의 비교 |
| 1. e-finance의 선행연구 | IV. 결 론 |
| 2. 국내의 e-finance 현황 | 참고문헌 |
| III. 한·미 금융포털사이트 활용실태 비교 | Abstract |
| 1. 한국 금융포털사이트의 활용실태 | |

I. 서론

정보기술의 비약적인 발전은 상거래 패러다임을 전통적인 물리적 공간 기반에서 전자적인 가상공간 기반으로 변화시키고 있다. 이러한 상거래 패러다임의 변화는 상거래에 있어 혈관과 같은 역할을 하는 금융산업의 운영 형태 또한 이에 맞게 변화할 것을 요구하고 있고, 인터넷 금융의 이용속도 및 범위 또한 급격히 증가하고 있다. 이러한 전자적 기반의 금융시스템은 기존의 공간적 제약을 경감시킴으로써 금융산업의 개방화, 범세계화를 가능케 하며, 가상공간상에 존재하기 때문에 큰 제약 없이 금융업종간 통합을 용이하게 함으로써 금융산업의 겸업화 촉진에 기여하고 있다.

또한 이와 같은 정보기술의 발전은 금융기관들로 하여금 서비스에 대한 소비자

* 이 논문은 2001년 원광보건대학의 교비지원에 의해 연구됨

** 원광보건대학 경영정보과 조교수

*** 원광보건대학 경영정보과 강사

기대, 시장진입의 비용, 금융거래비용 그리고 가상은행을 통한 업무 등에 있어 근본적인 변화가 추진되도록 하고 있다. 이러한 변화의 근거는 새로운 경쟁자가 좀더 쉽게 시장에 진입하도록 하는 상황과, 인터넷을 활용한 거래의 급속한 성장으로 특징지어지는 거래기술의 혁신적인 변화이다(Skipper, 1998).

특히 위와 같은 금융산업의 환경변화에 따른 전자금융시대의 도래, 초기 시스템 구축비용의 확대와 시장확대를 위한 지속적인 시스템의 개발 부담 그리고 경쟁의 확대 및 심화 등으로 전자적 기반의 금융포털이 금융산업의 새로운 패러다임으로 대두되고 있다.

실제로 선진금융기관들은 온라인과 오프라인간 또는 대형 금융기관간 M&A를 활발하게 추진하고 있으며, 금융지주회사를 축으로 하는 업종간 겸업화 또는 통합화를 추구하고 있다. 또한 주요 선진국 정부들은 법적 규제의 완화 등을 통해 이를 적극 지원하고 있다.

따라서 본 논문은 위와 같은 급격한 금융산업의 환경변화하에서 미래의 새로운 금융패러다임으로 대두되고 있는 인터넷을 이용한 금융포털에 대해 한·미간 활용 실태를 분석해봄으로써 한국 금융포털이 앞으로 추구해야하는 방향을 제시하고자 한다.

이를 위해 먼저 인터넷 금융포털의 주요 구성요소인 인터넷뱅킹, 인터넷증권과 보험에 대한 국내외의 이용현황을 분석한다. 또한 인터넷 금융포털의 현황분석을 위해 기존의 관련 국내외 연구논문, 저널, 서적 그리고 각종 간행물 등을 조사한 후 한·미간 금융포털사이트를 직접 방문하여 제공되어지고 있는 서비스의 분야와 실제 거래의 가능성 등 활용실태를 비교·분석한다.

이를 통해 국내 금융산업이 정보화, 겸업화, 세계화로 대변되는 21세기 새로운 금융환경에서 선도적 지위를 확보하도록 하는데 기여하고자 한다.

II. e-finance의 이론적 배경

정보통신의 발전과 인터넷의 등장으로 경제의 세계화가 좀더 용이해지고 이로 인해 경제의 개방화가 급속히 촉진되면서 금융산업과 관련한 경쟁 또한 더욱 치열해지고 있다. 이러한 환경하에서 모든 금융기관들은 금융정보화를 통해 국제적인 금융경쟁력을 확보하고자 투자를 확대하는 등 많은 노력을 하고 있다. 따라서 현재 전세계적으로 은행들은 새로운 금융환경하에서 경쟁우위를 확보하기 위해 정보기술

투자액을 연평균 5, 6%씩 증가하고 있다. 이러한 시스템에 대한 투자비용의 지속적 확대 및 이러한 확대에 대한 실패위험과 비용의 증가 그리고 경쟁의 심화 등으로, 금융기관들은 M&A를 통한 대형화와 비용절감을 위한 복합서비스의 제공 등 결합화 형태로 변화하고 있다.

이러한 요구에 부응하는 금융포털사이트는 주식, 채권, 저축, 부동산, 보험 등 모든 금융 분야에 대한 다양한 정보제공 서비스와 온라인거래를 한 사이트에서 원스톱(one-stop)으로 제공해 주는 종합 금융 서비스를 의미한다. 또한 금융포털에서 제공되는 서비스는 발전단계에 따라 정보제공(contents), 거래(commerce)제공, 개인화된 서비스(personalized service)제공의 세 단계로 구성되며, 금융포털 지향업체의 최종 목표는 위의 세 단계 서비스를 모두 제공하는 것이다(이경형, 2001).

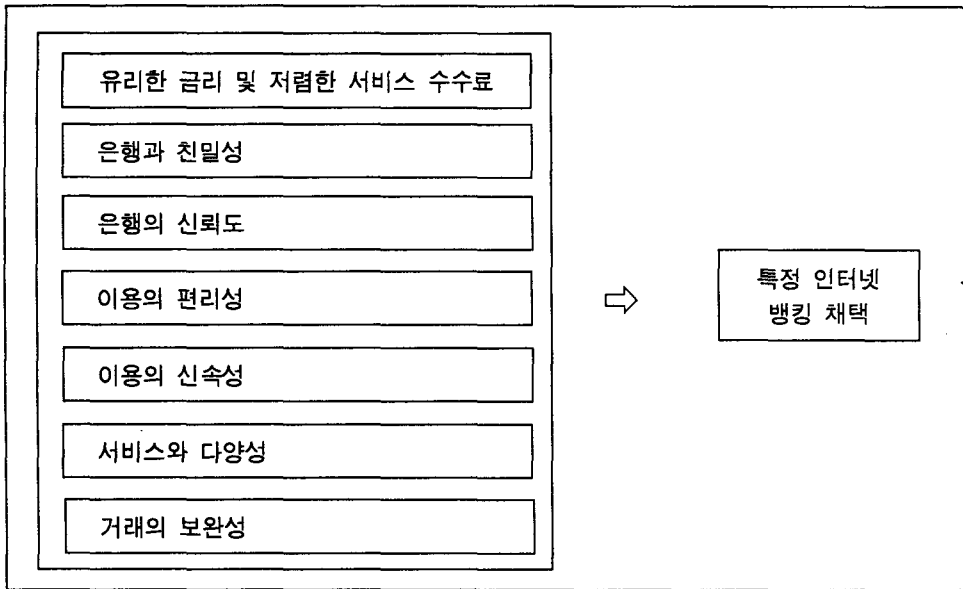
1. e-finance의 선행연구

인터넷이 금융 비즈니스에 활용된 기간이 짧고 특히 금융기관에서 본격적으로 인터넷을 활용한 시기는 불과 2~3년에 불과해(한국은행, 2001) 인터넷 금융에 대한 연구는 금융이 산업과 국가경제 전반에 미치는 영향과 그 중요성에 비추어 볼 때 아직은 초기 단계에 있다. 따라서 본 연구는 인터넷뱅킹 이용자 특성에 대한 실증적 연구를 중심으로 이론적 배경을 살펴본다.

인터넷뱅킹의 이용자 특성에 관한 연구에 있어, 조대우(2000)는 인터넷뱅킹을 전자상거래의 한 분야로 보고 전자상거래의 문헌 연구를 통해 인터넷뱅킹의 주채택 요인을 도출하고자 하였다. 그는 기존 문헌연구를 통해 인터넷뱅킹 채택의 주요요인으로 유리한 금리 및 저렴한 서비스, 수수료, 은행과 친밀성, 은행의 신뢰도, 이용의 편리성, 이용의 신속성, 서비스와 다양성, 거래의 보안성이라고 보고 <그림 1>과 같은 연구모형을 설정하였다.

그리고 각각에 요인에 대해 가설을 설정하고 한미간 이용자와 비이용자에 대한 T검정과 교차검정을 통해 두 집단간 유의적인 차이를 검정하였다.

Hitt and Frei(1999)는 온라인 뱅킹에 소요되는 비용(S/W 설치 및 학습비용)을 지불할 의도가 PC뱅킹의 이용 여부에 따라 특정은행에 더 강한 친근감을 갖고 있기 때문에 더 높고 또한 온라인 서비스의 가격에 더욱 높은 관심을 갖는다고 주장하였다.



자료 : 조대우(2000)

<그림 1> 인터넷뱅킹의 주채택 요인

Brynjolfsson and Smith(1998)는 물리적 기반의 쇼핑시 보다 전자적 기반의 인터넷 쇼핑시 비용의 소모가 보다 낮기 때문에 두 집단간 행위 특성에 차이가 있다고 주장하였다.

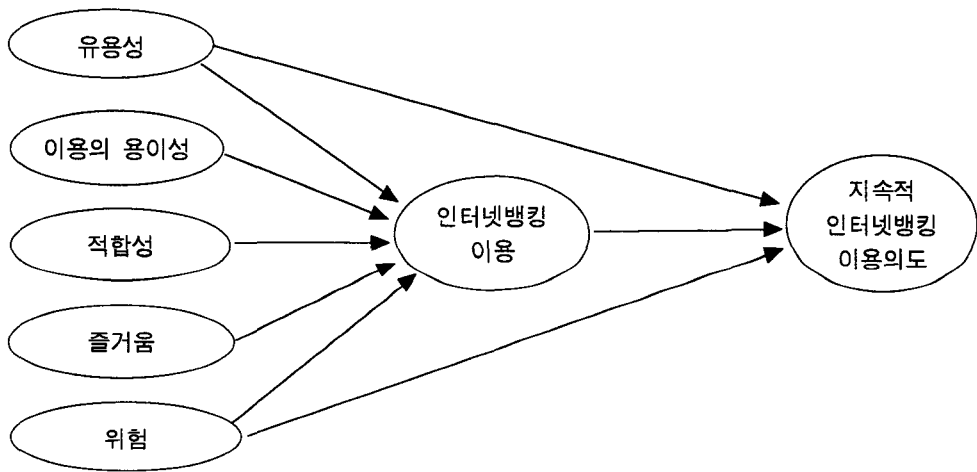
Hitt와 Brynjolfsson의 연구를 통해 금융고객은 금융거래의 비용에 관심을 가지고 있음을 알 수 있으며, 인터넷 금융포털은 one-stop services의 제공을 통해 금융거래 비용의 감소에도 노력해야 한다. Darian(1987)는 홈쇼핑 이용자는 시간적인 제약이 많고 공간적인 제약의 불편성을 극복하고자 하는 소비자인 경우가 많음을 조사하였다. 금융포털의 경우 공간적, 시간적 제약이 더욱 강한 고객에게 가장 효과적이 될 수 있다.

Ramaswami *et al.*(1998)은 개인의 PC 소유 여부 등 온라인 구매를 할 수 있는 기회, 고객이 온라인 거래를 하는데 필요한 능력 그리고 금융대리인과 직접적으로 접촉하려는 욕구의 정도 즉 이것이 높으면 은행에 갈 것이며, 낮을수록 온라인 금융서비스를 보다 적극적으로 이용하게 되는 동기에 따라 온라인 채널 이용에 많은 차이가 있을 것이라 주장하였다.

Burroughs(1999)는 그의 연구에서 전자상거래에서 인터넷 판매자에 대한 신뢰는 이용자의 구매 횟수와 구매량에 정의 영향을 미치고 그 외 구매횟수와 구매량에

영향을 미치는 요인은 인터넷 사용경험, 정보검색 경험, 인터넷 보안에 대한 신뢰 등임을 밝혔다. 따라서 금융포털을 지향하는 서비스 제공 금융기관 또한 신뢰가 대단히 중요하다.

Liao *et al.*(1999)과 황경연과 문희철(2001)은 그들의 연구에서 연구모형을 구성 개념간 혁신확산이론(Rogers, 1995), 기술수용모델(Daves *et al.* 1989), 합리적 행위이론(Fishbein and Ahzen, 1975) 및 실증연구 등에 기초하여 다음과 같이 모형을 설정하였다.

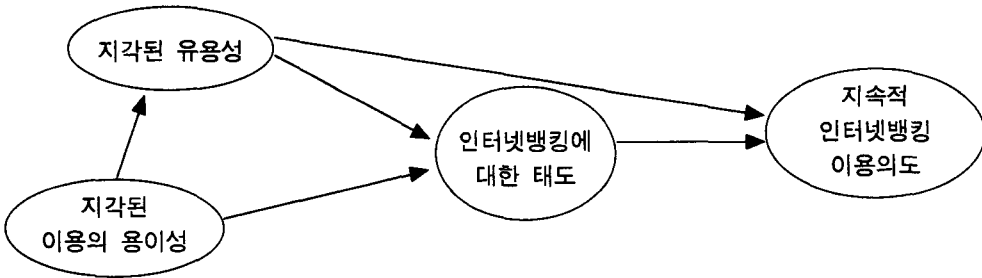


자료 : 황경연·문희철(2001)

〈그림 2〉 지속적 이용의도 영향요인

인터넷뱅킹 이용수준과 지속적 인터넷뱅킹 이용의도에서는 한·미 두 고객집단 간 유의적인 차이가 존재하지 않았으나 이용의 용이성, 유용성, 적합성, 위험, 즐거움에서 유의적인 평균의 차이가 존재하는 것으로 나타났다. 즉 이용의 용이성, 유용성, 적합성, 즐거움의 평균은 미국 인터넷뱅킹이용자 집단이 위험은 한국의 평균이 높게 나타났다. 따라서 미국집단이 위험도에서 평균이 낮기 때문에 인터넷뱅킹에 대해 덜 위협하게 생각함을 의미한다고 주장하였다.

조대우와 황경연(2000)은 기술수용모델을 기초로 인터넷뱅킹 이용자 집단과 비이용자 집단의 인터넷뱅킹 이용행위를 설명하고자 하였다.

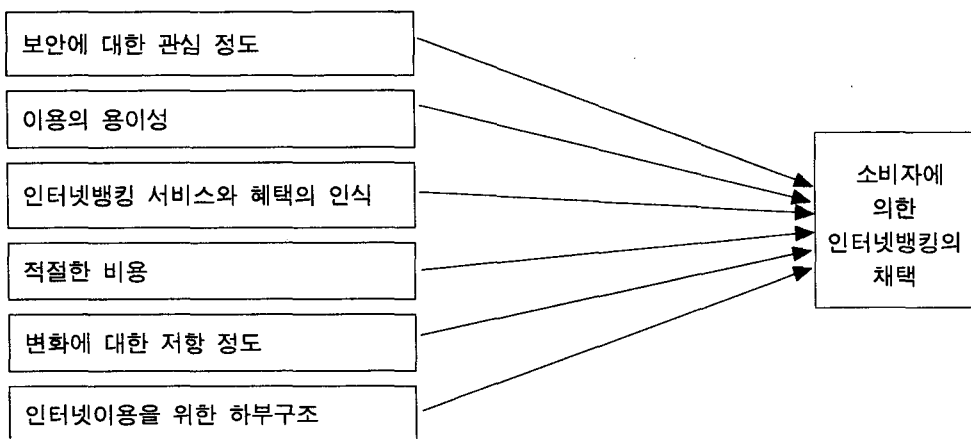


자료 : 조대우 · 황경연(2001)

〈그림 3〉 인터넷뱅킹 이용의도 결정요인

그들은 기술수용모델의 기존연구(Fishbein and Ajzen, 1925; Sheppard *et al.*, 1988)에 기초해 인터넷뱅킹에 대한 지각된 이용의 유용성이 지각된 유용성과 인터넷뱅킹에 대한 태도에 영향을 미치고, 지각된 유용성은 인터넷뱅킹에 대한 태도와 지속적 인터넷뱅킹 이용의도에 대해 영향을 미치고, 그리고 인터넷뱅킹에 대한 태도는 지속적 인터넷뱅킹 이용의도에 영향을 미친다는 점을 실증적 분석을 통해 검증하였다.

Sathye(1999)는 보안에 대한 관심 정도, 이용의 용이성, 인터넷뱅킹 서비스와 혜택의 인식, 적절한 비용, 변화에 대한 저항 정도, 인터넷이용을 위한 하부구조를 인터넷뱅킹 서비스 채택의 주요인으로 보고 이를 검증하였다.



자료 : Sathye(1999)

〈그림 4〉 인터넷뱅킹 채택모형

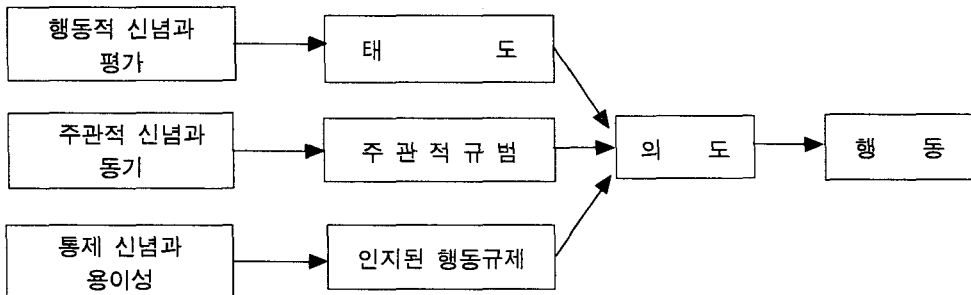
이 연구에 의하면 인터넷뱅킹의 보안에 대한 우려와 인식의 부족이 소비자들의

인터넷뱅킹 채택을 늦추는 가장 주요인이었다. 금융포털을 지향하는 금융기관과 관리자들은 소비자 교육서비스를 통해 금융포털에 대한 보안의 안정성과 혜택을 집중 홍보함으로써 보안에 대한 우려와 불안감을 제거시킬 필요가 있다.

Polatoglu and Ekin(2001)는 터어키의 인터넷뱅킹 고객을 대상으로 인터넷 사용 형태 및 목적, 일반적 인터넷뱅킹 서비스의 사용목적, 정보의 출처, 인터넷뱅킹의 다른 형태의 사용 빈도, 인터넷뱅킹과 관련된 소비자의 만족수준, 인터넷뱅킹을 사용한 고객이 계속 사용할 가능성 그리고 인구통계학적 특징을 조사하였다. 이 연구에 의하면 터어키에서 소비자에 대한 인터넷뱅킹의 혜택이나 만족도는 높게 나타났다. 따라서 이와 관련해 인터넷뱅킹은 차별화되고 질 높은 서비스의 제공을 통해 개별소비자와 중소기업의 이용자들을 참여시키는데 좀더 집중할 것을 강조하고 있다.

Liao 외 2인(1999)은 연구에서 혁신의 확산(Diffusion of innovation)이론과 계획적 행위 이론(theory of planned behavior)을 이용해 인터넷뱅킹 이용자들의 태도적 요인, 주관적 규범 요인 그리고 인지된 행동의 통제 요인이 고개의 의도에 영향을 주고 이것이 행동으로 연결된다는 사실을 실증적으로 검증하였다(<그림 5>).

Adel M. Aladwani(2001)는 8개 쿠웨이트 은행의 IT매니저 또는 대표에 대해 현재의 핵심적인 중요한 온라인 뱅킹과 관련된 요인 또는 이슈(issue)에 대한 실증적분석을 하였다. 그 결과 쿠웨이트 이용자들은 보안성확보, 개인정보보호, 은행명성, 보다 신속하고 용이한 서비스제공과 함께 다양한 금융서비스를 낮은 비용에 제공하여야 온라인뱅킹을 선택하는 것으로 조사되었다. 따라서 금융포털 또한 익명성, 보안성 등에 주력하면서도 다양한 서비스를 제공하고 비용절감에도 노력해야 한다.



자료 : Shaoyi 외 3인(1999)

<그림 5> 인터넷뱅킹 고객행동

Little(2000)은 그의 연구에서 인터넷을 이용한 비즈니스 모델이 무엇을 의미하는지, 새로운 정보사회에서 그들은 어떤 역할을 해야 하는지 그리고 소비자들이 이전에 전혀 접해 보지 못했던 혁신적인 인터넷 금융 비즈니스가 산업간 가치사슬에서 진행되어질 수 있음을 모형을 통해 설명함으로써 금융의 e-business가 산업 전반의 가치사슬에도 영향을 끼침을 분석하였다. 그의 연구는 또한 인터넷 금융 비즈니스의 동기를 제시하였으나 실증적 분석까지는 이루어지지 않고 이론적 분석에만 국한되었다.

1996년 한국은행 금융결제부에서 발표한 자료에 의하면 국내 전자금융의 현황과 전망을 부분별로 나누어 분석하고 있고 전자금융을 그 발전과정에 따라 1단계를 자행 온라인(On-line)화 및 업무자동화 단계로 2단계를 금융네트워크 단계로 그리고 3단계를 전자화폐 및 사이버 बैं킹(Cyber banking) 단계로 구분하고 있다. 또한 금융기관의 영업 형태의 변화를 Branching, Remote(tele) Banking, Virtual (Cyber) Banking 및 금융 EDI로 구별하고 있다. 이러한 발전과정에 따른 유형의 변화는 그 형태는 다르지만 인터넷 금융포털에서도 나타나고 있다.

일부 연구들은 금융포털 측면에 대해 조사하였는데 이경형(2000)은 미국과 한국의 시장에서의 인터넷 금융포털의 수익성과 수익모델에 대해 분석하고 있으며 인터넷 금융 비즈니스 모델의 발전 방향을 제시하고 있다. 또한 그는 국내 금융포털서비스의 전망에서 서비스의 깊이와 서비스의 범위에 따라 금융정보중심포털, बैं킹중심포털, 계열사위주 금융포털, 금융지주사 금융포털, 그리고 종합금융포털 등 5가지 유형으로 국내 금융포털의 비즈니스 유형을 분류하고 있다.

2. 국내외 e-finance 현황

현재 주요국의 인터넷 금융 비즈니스는 기존 물리적 영업소의 생산성문제를 극복하기 위한 Branch Banking 이나 전화 또는 PC를 이용한 영업망 및 업무의 경감을 추구하던 Remote(Tele) Banking에서 벗어나 모든 종류의 금융상품을 포괄적으로 취급하는 인터넷 금융 전문포털(Vertical Portal) 또는 금융 슈퍼마켓화 형태로 빠르게 변화하고 있다(한국은행 금융결제부, 1996). 또한 활용범위도 기존의 단순정보제공 차원에서 벗어나 온라인 거래를 통한 원스톱 बैं킹(One-stop Banking) 과 CRM(Customer Relation Management: 고객관계관리), PFM(Personal Financial Management : 개인재무관리)¹⁾ 그리고 전자메일 등을 이용한 P2P(Person to Person Payment)와 같은 개인화서비스(Personalizing Financial Service)를 추구

하고 있다(조태중, 2000). 이와 함께 무선통신망을 이용한 금융거래 또한 상당한 주목을 받고 있으며 이를 활용하기 위해 적극적으로 노력하고 있다.

또한 주요 선진국 정부들은 법적 규제의 완화 등을 통해 이를 적극 지원하고 있다. 예를 들어 미국은 세계 금융계의 추세인 은행과 증권, 보험 등을 모두 취급하는 통합형 은행인 유럽형 Universal Banking으로의 자국 금융기관의 전환을 법적으로 허용하기 위해 1999년 10월 금융기관간 업무영역을 엄격히 규제해 온 Glass-Steagall Act(1993년 제정)와 Banking Holding Company Act(1956년 제정)를 폐지하는 은행 개혁법을 통과시켰다(김관태, 2000). 이후 한달 만에 미국 최대 은행 중의 하나인 Citybank는 원스톱으로 보험부터 뮤추얼펀드까지 모든 금융업무를 취급하는 금융슈퍼마켓 사업을 시작하였다. 이렇듯 주요국의 정부와 은행들은 IT기술을 활용하여 금융산업의 효율성과 경쟁력을 향상시키기 위해 노력하고 있다.

2.1 인터넷뱅킹 현황

국내 인터넷금융 비즈니스에 있어 인터넷뱅킹의 경우 2000년 1월 현재 국내 20개 은행 모두 인터넷뱅킹 서비스를 제공하고 있다(<표 1> 참조). 인터넷뱅킹 등록자 수는 1999말 12만명에서 2000년 12월말 현재 406만명으로 1년만에 약 400만명 그리고 약 34배가 증가할 정도로 급속히 성장하고 있다(<표 2> 참조). 인터넷뱅킹 서비스 이용실적도 건수기준으로 1999년 월평균 691건에서 2000년 12월중 36,695건으로 2000년 9월 대비 3개월간 약 88.5%가 증가하였다(<표 3> 참조). 이러한 급속한 증가 추세는 정보인프라의 확대 및 인터넷뱅킹의 신속성·편리성·경제성 등 여러 가지 장점으로 인해 더욱 빠르게 진행될 전망이다.

미국의 경우 이용고객의 연령층은 대부분 26세에서 45세 사이의 젊은 층이며, 교육과 소득수준, 주택소유 여부 등 생활수준에서도 미국 일반 은행고객의 평균보다 높다. 일반고객의 30% 정도만이 대학교육을 받은 반면 인터넷 고객은 대부분이 대학졸업자이고 전문관리직에 종사하고 있다. 또한 이용고객의 절반 이상이 주택을 소유하고 있으며 평균소득은 5만 달러로 미국 평균 가계소득보다 8천달러나 높다(Gartne, 2000).

그 결과 일반 은행고객은 평균 2개의 금융상품을 가지는 반면 인터넷 고객은 당좌예금, 양도성예금증서, 시장성예금 등과 같은 금융상품을 3개 이상 보유하고 있

1) 개인재무관리 서비스란 홈페이지에서 고객화된 사용자들에게 온라인 정보제공의 상호작용을 통해 목표화되고 차별화된 재무관리를 해주는 서비스를 말한다.

고, 고객 1인당 수익기여도도 일반고객보다 월등히 높은 수준인 것으로 나타나고 있다(Booz A. & Hamilton, 1997 and US Census Bureau, 1999). 그리고 미국의 경우 선두 15개 은행의 정보기술 투자액이 전체은행의 70%를 차지하고 있어 선진 금융기관들이 M&A 이후 정보기술투자를 증가시키고 있다는 사실을 더욱 뒷받침하고 있다.

〈표 1〉 인터넷뱅킹 서비스 제공 은행수(단위: 개)

	1999년말	2000. 3월말	2000. 6월말	2000. 9월말	2000. 12월말
은행수	13	16	18	20	20

자료 : 한국은행, 보도자료, 공보 2001-1-15, 2001.1.19 참고.

〈표 2〉 인터넷뱅킹 등록고객수 증가추이(단위: 만명)

	1999년말	2000. 3월말	2000. 6월말	2000. 9월말	2000. 12월말
등록고객수	12	47	123	263	409

자료 : 전계문서를 재구성

〈표 3〉 인터넷뱅킹 서비스 이용실적(단위: 천건, 억원, %)

	1999년월평균		2000. 3월중		2000.6월중		2000. 9월중		2000. 12월중	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
조회서비스	507	-	3,809	-	9,937	-	16,670	-	31,861	-
자금이체	184	-	1,005	97,674	2,504	182,416	2,700	300,834	4,731	835,105
대출신청	-	-	21	1,769	83	7,188	97	9,277	103	9,295
(대출실행)	-	-	(-)	(-)	(21)	1,814	(24)	(1,921)	(21)	(1,806)
합계 (전분기대비증감률)	691	-	4,835	-	12,524 (159)	-	19,467 (55.4)	-	36,695 (88.5)	-

자료 : 전계문서

2.2 사이버증권의 이용현황

사이버증권(Internet Brokerage)의 경우 국내 온라인 증권거래의 비중은 <표

4>와 같이 2000년 6월말 기준 59%로 다른 나라에 비해 그 비중이 가장 높다.

또한 2000년 6월말 기준 전체 오프라인 증권사중에서 온라인 서비스를 제공하는 비율은 63.5%로 여러 주요국과 비교해 가장 높다(한국증권업협회, 2001). 온라인 증권 거래별 약정금액과 온라인 증권계좌수 및 위탁자활동계좌수 또한 <표 5>와 같이 1999년 11월과 비교해 2000년 11월 기준으로 신속하게 증가하고 있고 이러한 사이버 증권의 거래추세 또한 지속될 전망이다.

<표 4> 온라인 증권거래 비중

캐나다	일본	스웨덴	타이완	프랑스	한국
33.0~44.0%	1.8%	7.2%	4.5%	28.0%	59.0%

· 캐나다는 전체 개인(retail)부분에서 온라인 거래가 차지하는 비율임.

자료 : 한국증권업협회

<표 5> 국내 온라인 증권 거래별 약정 금액(단위: 백억원)

기간	주식	선물	옵션	총계	전년도 대비 증가율
1998	11.4	10.9	0.1	22.5	
1999	495.3	186.0	3.1	684.3	2,941.3%
2000.1~11	1,290.5	519.6	10.4	1,820.5	166.0%

자료 : 한국증권업협회

2.3 인터넷보험의 현황

인터넷보험의 경우는 중간경로에 있는 영업사원이나 대리점과의 갈등, 유통상의 고비용 등이 존재하는 가장 보수적인 금융분야로서 인터넷의 영향이 다른 금융산업에 비해 미비한 상황이다. 그렇지만 경로단축에 따른 업체와 소비자의 경제적 이익의 발생, 쌍방향 커뮤니케이션을 통한 고객센터의 향상, 이용의 편의성, 풍부한 정보제공, 그리고 보험관련 상품비교 가능 등의 장점들 때문에 중간경로와의 갈등을 해소하는 것을 전제로 특히 자동차보험의 경우 향후 폭발적으로 성장할 것으로 보인다.

〈표 6〉 미국의 인터넷을 활용한 종목별 보험판매 예측(2003년 기준)

자동차보험	생명보험	가계보험
32억달러(67%)	13억달러(27%)	3억달러(6%)

자료 : Conning & Co, (Life), Forrester Geoup(Auto & Home)의 자료를 재구성

2.4 인터넷 금융포털의 현황

인터넷 금융에 있어 국제적인 추세인 금융포털의 국내 현황을 살펴보면 부분별 인터넷 금융의 비약적인 진전에도 불구하고 금융포털의 서비스는 주로 정보제공 단계에 의존하고 있다. 또한 법적·제도적 정비의 미비 그리고 각 금융기관간의 갈등 등으로 인해 온라인 거래는 한계를 가지고 있어 아직 기초적인 단계에 머물러 있다. 현재 국내 금융포털이 제공하고 있는 주요서비스인 증권, banking, 보험, 대출, 부동산, 세무 분야에서 서비스 현황은 다음의 <표 7>과 같다.

〈표 7〉 국내 금융포털 서비스현황

구분	증권	banking	보험	대출	부동산	세무
정보제공	○	○	○	○	○	○
온라인거래	×	△	△	△	×	×

주) 1. 보험과 대출분야는 중개 서비스를 제공하나, 비교 대상 금융상품이 제한적임.

2. ○ : 제공, × : 미제공, △ : 제공예정

자료 : 정보통신정책연구원

국내 금융포털의 장기적인 전망은 금융 슈퍼마켓화 형태로 발전하여 한 곳에서 모든 금융업무를 처리할 수 있는 원스톱뱅킹이 가능할 것으로 보이나, 국내 금융환경과 경쟁강도, 기존조직과의 갈등, 법적·제도적 미비 등을 고려할 때 서비스의 제공 시기는 더욱 늦어질 것으로 전망된다. 또한 현실적으로 국내 금융포털의 유형은 금융지주회사 중심의 형태가 될 가능성이 높아 보인다.

MSDW(Morgan Stanley Dean Witter)에 따르면 미국 인터넷 금융시장(B2C)은 2003년까지 연간 평균 34%의 높은 성장을 지속하여 4,350억달러에 이를 것으로 보여 98년 1,000억 달러의 4배 이상이 될 전망이다(이경형, 2000).

우리 나라의 경우도 앞의 <표 7>에서와 같이 각 부문별로 서비스제공 가능분야의 범위와 속도가 비약적으로 발전하고 있으며, 인터넷을 통한 금융거래의 경제성과 편리성 때문에 이러한 급격한 발전은 지속되리라 전망된다. 또한 미래 인터넷

금융의 대표적인 비즈니스 모델로 평가받고 있는 금융포털의 경우도 아직은 초보적인 수준에 머물고 있으나 위에서 언급한 여러 장점들 때문에 이 또한 기회와 전망은 대단히 밝다고 하겠다.

Ⅲ. 한·미 금융포털사이트의 활용실태 비교

MSDW(Morgan Stanley Dean Witter, 1999)의 연구는 인터넷 금융 비즈니스 모델을 기업사이트(company site), 금융정보 비교 서비스(aggregator), 전문 금융상품 공급자(specialty manufacturer), 그리고 금융전문 포털(vertical) 등 네 가지 유형으로 구분하고 있다. 또한 금융정보 포털에서 제공하는 서비스의 기능을 보험, 대출, बैं킹, 브로커리지, 인터넷빌링, 전자결제 분야로 구분하고 있다. 본 연구에서는 이중 금융전문포털 유형에 대해서만 한미간 활용실태를 비교하고자 하는데 이는 나머지 유형들도 궁극적으로 금융전문포털을 목표로 하고 있기 때문이다.

금융전문포털은 모든 금융업에 대해 높은 전문 지식을 가지고 다양한 비용 효과적인 금융 콘텐츠 또는 서비스를 제공하는 금융 비즈니스 모델이다.

금융포털사이트에서 제공가능한 서비스를 분야별로 구분하는 방법은 다양하겠지만 본 연구에서는 기존 문헌연구와 사이트방문은 통해 다음과 같이 은행, 대출(Leverage), 증권, 보험, 신용카드, 연금, 세무, 개인재무관리, 인터넷빌링(EBPP: Electronic Bill Presentment and Payment),²⁾ 계좌통합(Account Aggregation)서비스,³⁾ 교육센터(education center) 그리고 브로커리지(brokerage) 등으로 구분한다.

또한 금융전문포털은 발전과정에 따라 위에서 언급한 각종 금융서비스분야에 대해 첫째 금융정보(contents)제공만을 하는 단계, 서비스의 인터넷을 통한 온라인 금융거래 실제로 가능한 단계 그리고 데이터베이스에 의한 고객별 개인화된 서비스를 제공하는 단계 등 세 가지 형태로 구분할 수 있다.

따라서 이장에서는 한국과 미국의 금융포털사이트를 직접 방문하여 한·미간 금

2) 세입금 전자납부서비스란 세금 납부를 위해 금융기관의 창구를 직접 방문해 세금을 납부하던 방식을 납세자의 편의를 위해 전자납부수단을 이용해 납세자가 편리한 장소에서 시간적·공간적 제약 없이 납부하도록 하는 서비스 형태이다.

3) 계좌통합서비스란 고객이 하나의 가상공간상 사이트에 접속하여 자신의 모든 금융계좌에 대한 정보를 조회하거나 입금, 계좌이체 등이 가능한 금융서비스를 말한다. 즉 고객이 거래하는 여러 금융기관의 계좌를 하나의 계정과 암호를 이용하여 조회 및 거래할 수 있어 고객의 편리함 극대화시키는 금융서비스를 말한다.

용포털사이트가 위에서 언급한 금융서비스 분야를 제공하는지 여부와 각각의 제공 가능 서비스가 발전과정에 있어 어느 단계에 해당하는지를 분석함으로써 활용실태를 비교한다.

1. 한국 금융포털사이트의 활용실태

한국 금융포털사이트의 활용실태를 위와 같이 제공 가능한 서비스 분야와 발전 단계에 따라 구분하여 분석하되, 한국의 금융포털사이트는 직접 방문을 통해 분석해 보면 미국의 순수 인터넷기반 금융포털과는 달리 출발 기반에 따라 몇 가지 형태로 구분이 되기 때문에 이러한 형태에 따라 위의 분석을 실시한다. 다만 미국의 경우 위에서 언급한 바와 같이 순수 온라인 기반 포털금융이 많기 때문에 국내와 같이 시작 기반에 따른 유형구분은 하지 않기로 한다. 국내금융포털을 출발기반을 중심으로 유형을 분류하면 인터넷뱅킹 중심의 금융포털, 온라인증권 중심의 금융포털, 온라인기반 중심의 금융포털, 대기업 중심의 금융포털의 네 가지 형태로 구분할 수 있다.

인터넷뱅킹 중심의 금융포털사이트에는 국민은행의 온국민넷(www.onkookmin.net)이 있다. 이는 1999년 8월부터 본격 상용서비스를 시작한 자사의 은행사이트와는 별도로 2000년 11월부터 생활 및 금융포털을 지향하며 관련서비스를 제공하고 있다. 현재 서비스가 제공되고 있는 금융관련 분야는 개인고객과 기업고객에 대한 인터넷뱅킹, 인터넷대출 그리고 생활금융분야에서 증권, 보험, 카드, 세무, 부동산 등이다.

한미은행은 2000년 3월 도메인네임을 www.goodbank.com으로 변경하고, 2001년 1월에는 사이트를 전면 개편하여 금융포털화를 지향하고 있다. 현재 제공되고 있는 금융관련 서비스에는 인터넷뱅킹과 관련하여 모든 계좌통합 잔액조회, 송금(이체), 예금, 신용카드, 해외송금, 대출, 외환, 공과금납부, 어음 등이 있다. 인터넷뱅킹 이외에도 기업과 개인고객에 대한 재테크상담, 유학과 외환, 신용카드, 문화와 생활 등의 서비스를 제공하고 있다. 이외에도 신한, 하나, 주택, 한빛은행 등도 뱅킹 위주의 인터넷서비스제공에서 금융포털로의 전환을 추구하고 있다.

신한은행은 인터넷뱅킹과 대출 신용카드, 예금/신탁, 환율/유학, 금융라이프, 고객센터 등의 서비스를 제공하고 있다. 또한 신한은행은 모바일뱅킹에 대응하고 선도하기 위해 2000년 12월부터 머니메일 서비스(www.moneymail.co.kr)을 제공하고 있는데, 이는 송금수령인의 이메일 또는 핸드폰으로 금액에 관계없이 건당 300

원씩 송금이 가능한 서비스이다.

주택은행은 인터넷뱅킹, 대출, 각종 금융상품과 서비스, 신용카드, 외환 증권/보험 등을 서비스하고 있는데 11월부터 국민은행과 통합하였기 때문에 국민은행 인터넷뱅킹 서비스와 공동제공되고 있다. 또한 개인금융설계를 통해 자산통합관리, 테마별 자금설계, 재테크 상담 등의 서비스를 제공하고 있다.

하나은행은 개인재무관리(PFM)에 한빛은행은 계좌통합에 중점을 둔 금융포털을 지향하며 서비스의 영역과 시스템의 확대를 지속적으로 추구하고 있다.

이러한 인터넷뱅킹 중심의 금융포털사이트는 거의 모든 금융상품에 대한 정보제공 서비스가 가능하였다. 하지만 온라인에서의 거래는 단지 인터넷뱅킹이나 대출 등 소수분야에서만 가능하고, 대부분의 포털에서는 인터넷빌링(EBPP), 그리고 개인재무관리(PFM)와 같은 개인화된 서비스의 제공은 대부분 이루어지고 않고 개인재무관리의 형태도 아직은 계좌통합관리나 조회에 한정되어있다.

온라인 증권·보험 정보서비스를 시작하여 금융포털로의 변환을 추구하는 형태에는 1999년 5월 21일에 인터넷 서비스업으로 설립된 팩스넷(www.paxnet.co.kr)과 프라이덴(www.priden.com), 씽크풀(www.thinkpool.co.kr) 그리고 아이낸스(www.inance.com) 등이 있다. 이들은 처음에는 증권이나 보험에 관련하여 금융상품이나 서비스에 대한 비교정보나 깊이 있는 분석정보를 제공하였다. 이를 바탕으로 고객으로부터 신뢰도와 로열티(loyalty)를 확보하고 오프라인 금융기관과의 제휴를 통해 온라인 상에서 실제 거래가 가능하도록 시스템 확장을 하고 있고 현재는 개인재무관리, 선물옵션 그리고 금융플라자 등을 통해 금융포털화를 지향하고 있다.

팩스넷은 증권을 중심으로 보험사이트와의 링크를 통한 거래서비스와 개인재무관리 그리고 이와 연계된 계좌통합관리에 주력하고 있다.

아이낸스의 경우 사이버대출, 금융쇼핑몰, 자동차보험, 스타파인더 그리고 사이버의료 건강보험 등의 서비스를 제공하고 있다.

온라인 금융 투자 서비스를 제공하고 있는 프라이덴은 각종 증권(주식)관련 서비스와 재테크관련 서비스를 제공하고 있다.

씽크풀은 주로 증권관련 정보를 제공하고 있으며 링크를 통해 이동전화를 이용한 온라인거래가 가능한 서비스를 제공하고 있다. 과거에는 co.kr를 사용하여 링크 서비스를 제공하였으나 최근에는 thinkpool.com으로 변경하고 주로 증권관련 정보만을 제공하고 있다.

온라인 기반 금융포털에는 다음의 금융플라자-증권(<http://finance.daum.net>), 이머니(www.emoney.co.kr), 웰시아(www.wealthia.com), 한미르(fn.hanmir.com).

머니OK(www.moneyok.co.kr), 엔머니뱅크(www.nmeney.co.kr)와 creditbank(www.creditbank.co.kr) 등이 있다. 이들은 각종 금융정보제공을 서비스하고 있으며 오프라인 금융기관과의 제휴를 통한 온라인 거래를 제공하고 있다.

금융플라자 사이트는 은행/대출, 증권, 보험, 부동산에 대한 금융정보를 제공하고 있으며 신용카드사를 포함한 관련 금융기관들과의 링크를 통해 온라인거래 서비스를 제공하고 있다.

이머니(eMoney)는 디지털조선일보와 다우기술이 공동으로 설립하고 금융 부문별 전문가들이 참여한 금융포털로서 주식, 은행, 대출, 카드, 보험, 펀드, 채권, 부동산, 종합재테크 등의 서비스를 제공하고 있다. 이러한 순수 금융포털의 경우 차별화된 정보서비스의 제공과 인터넷을 이용한 거래가 자체적으로 가능하도록 시스템에 대한 투자 확대가 요구된다.

국내 최초 인터넷 종합투자정보 서비스인 MoneyOK는 증권, 3부/장외, 펀드, 금융, 카드/할부, 보험, 부동산 등 재테크의 모든 영역에 걸쳐 분야별 최고의 전문가를 통해 각종 시세, 분석정보 그리고 실시간 뉴스속보 등을 제공하고 있다.

웹시아 닷컴은 금융관련 전문성을 바탕으로 (주)가치네트 회원들의 개인자산관리와 재테크를 위한 상담, 금융상품 비교검색 및 거래 중개 서비스와 함께 증권, 보험, 대출, 부동산, 세무, 자동차, 가족건강관리 서비스를 싱글 ID로 이용할 수 있는 서비스를 제공하는 포털형태이다.

그외 한미르, 엔머니뱅크 그리고 크래딧뱅크 등도 증권, 신용카드, 보험, 은행, 세무, 부동산, 재테크 등의 각종 금융관련 서비스를 제공하고 있다.

이러한 형태들은 온라인을 기반으로 하고 있기 때문에 브랜드와 신뢰도에서 다른 유형에 비해 뒤떨어진다는 단점을 지니고 있다. 따라서 위와 같은 취약점들을 극복하기 위해 제휴업체를 확대하는 등의 다양한 전략들이 개발되고 적용되어야 한다.

끝으로 대기업계열 금융포털의 유형에는 리치엔조이(www.richnjoy.co.kr: 한국통신), 가치네트(www.wealthia.com) 그리고 파이낸스OK(www.financeok.co.kr) 등이 있다.

가치네트는 e삼성이 운영하는 금융포털로 디지털시대의 web-lifestyle에 맞는 인터넷 생활금융서비스를 개척하고 제공하는 전문 사이트이다. 또한 가치네트는 인터넷을 활용하여 위의 웹시아 사이트에서 제공하는 각종 금융서비스와 프로그램을 개발하고 제공한다.

〈표 8〉 한국 금융포털의서비스 가능 분야와 활용정도

포털 유형, 사이트	서비스종류	은행	대출	증권	보험	신용 카드	연금	세무	개인 재무 관리	인터 넷빌 링	계좌 통합 관리	교육 센터	브로 커리 지
인터넷 뱅킹 기반의 금융 포털	온국민넷	○	○	○	△	△	△	×	○	×	○	×	×
	한미은행	○	○	○		○	×	×	×	×	○	×	×
	신한은행	○	○	△	△	○	△	△	△	×	○	×	×
	하나은행	○	○	△	△	○	×	△	×	×	○	×	×
	주택은행	○	○	△	△	△	×	×	△	×	×	×	×
	한빛은행	○	○	○	△	○	×	△	△	×	×	×	×
온라인 증권 기반의 금융 포털	팍스넷	×	×	○	○	×	×	×	○	×	○	△	×
	프라이덴	△	△	○	△	○	×	×	△	×	×	○	×
	쌍크폴	×	×	△	×	×	×	×	×	×	×	×	×
	아이넨스	○	○	○	○	○	×	×	△	×	×	×	×
순수 온라인 기반의 금융포 털	금융플라자	○	○	○	○	×	×	×	△	×	×	×	×
	이머니	○	△	○	○	○	×	×	△	×	×	△	×
	웰시아	×	○	△	○	×	×	△	△	×	×	×	×
	한미르	△	△	△	○	○	○	△	×	×	○	×	×
	머니OK	○	○	△	○	○	×	△	△	×	×	×	×
	엔머니뱅크	현재 개인재무관리 프로그램 연결을 위해 서비스 중단하고 있음											
	크레딧뱅크	×	○	×	○	○	○	×	×	×	×	×	×
대기업 기반의 금융 포털	리치엔조이	위의 한미르 금융센터에 링크되어 있음											
	가치네트	위의 웰시아에 링크되어 있음											
	파이넨스OK	△	○	△	○	△	△	×	×	×	×	×	×

- 주) 1. 직접사이트방문을 통해 조사함.
 2. 조사 이후 각 사이트의 서비스 내용이 변경될 수도 있음.
 3. 이경영(2001)과 한국은행 보도자료(2001)를 참고로 연구자가 재구성하였음.
 4. ○ : 온라인 거래 가능 △ : 정보만 제공 × : 서비스 미제공

파이넨스OK는 SK주식회사가 운영하는 금융포털 지향사이트로 OK 캐쉬백 고객들을 고객으로 활용할 수 있다는 장점을 지니고 있다. 현재 증권, 은행, 대출, 카드,

보험, 부동산 그리고 사이버 복권 등의 서비스를 제공하고 있으며 사이트 공유를 통해 각종 온라인 거래를 지원하고 있다.

이런 형태의 금융포털들은 기존의 오프라인 고객의 충성도(loyalty)나 신뢰도를 바탕으로 고객을 확보하고 은행이외의 금융기관들을 포함하는 형태의 금융서비스를 제공하려 하고 있다. 또한 이러한 유형의 기업들은 자사의 오프라인 기업의 우수한 인력과 체계화된 조직 그리고 막대한 자금력 등을 활용할 수 있는 장점들을 가지고 있다. 하지만 이들이 온라인 금융정보나 금융거래서비스를 제공한 경험이 없다는 것과 자신의 시장지위를 잃지 않으려는 기존의 금융기관들과의 온·오프라인간 치열한 생존경쟁해야 한다는 점 등이 이들의 장애요인으로 보인다. 이들 금융포털이 제공하는 서비스의 종류는 <표 8>과 같다.

2. 미국 금융포털사이트의 활용실태

미국의 경우 위에서 언급한 바와 같이 순수 온라인 기반 포털금융이 많기 때문에 미국의 활용실태분석은 시작 기반의 유형 구분 없이 제공 가능한 서비스 분야와 발전단계에 따라 단순정보제공 수준인지 인터넷상에서 거래가 가능한지 아니면 개인화된 정보까지도 제공하는지를 살펴본다. 즉 금융포털사이트가 위에서 언급한 금융서비스를 제공하는지 여부와 각각의 제공가능 서비스가 발전과정에 있어 어느 단계에 해당하는지를 분석함으로써 활용실태를 비교한다.

MSDW는 1999년 현재와 2003년 미국 금융포털의 서비스 활용실태에 관해 분석을 하였는데, 분석대상에 포함된 서비스는 소비자 बैं킹, 모기지론(mortgage loan : 주택담보대출), 브로커리지(알선, 중개), 자동차보험, 신용카드, 생명보험 등이었다.

소비자 बैं킹과 모기지론 두 금융서비스가 2003년에 전체 매출의 88%를 차지 할 것으로 전망되었다. 다음으로 브로커리지, 자동차보험, 신용카드 그리고 생명보험 순이었는데, 이들의 예상성장률은 각각 67%, 78%, 104% 그리고 181% 순이었다.

이를 볼 때 인터넷보험의 경우 대면판매의 선호 등으로 현재는 자동차 보험 외에 많은 다른 보험들이 제약을 갖고 있으나, 추후 생명보험 분야도 두 배 가까이 인터넷을 활용해 이루어질 것이라는 점을 주목할 필요가 있다. 따라서 본 논문에서도 금융포털활용 실태분석을 위한 제공서비스의 분야를 위에서 언급한 분야를 중심으로 분석하고자 한다.

미국 금융포털사이트는 포브스가 선정한 금융포털사이트(1999년 9월 29일자)를 중심으로 활용실태를 비교하였다. 포브스에 의해 선정된 금융포털사이트는 사이버

인베스트(www.cyberinvest.com), E-트레이드(www.etrade.com), 인베스토라마(www.investorama.com), 머니센트럴 인베스터(investor.msn.com or moneycentral.msn.com), 머니 폴(www.fool.com), 찰스 슈왓(www.myschwab.com), 스톡포인트(www.stockpoint.com), 스톡사이트(www.stocksites.com), 월스트리트 시티(www.wallstreetcity.com) 그리고 야후 파이낸스(quote.yahoo.com) 등 10개이었다.

먼저 사이버 인베스트는 인터넷에서 가장 적합한 투자 출처와 도구를 제공하는 것을 최고의 목적으로 하는 인터넷 금융포털이다.

CIC(Cyberinvest.com)은 20개 이상의 투자 가이드와 수백 개의 우수한 투자 사이트와 링크되어 정보서비스와 온라인 거래를 제공하고 있다. 따라서 이 사이트를 통해 온라인 브로커리지, 투자아이디어, 증권조사, IPOs(Initial Public Offerings : 최초 공모주), 뮤추얼펀드, 글로벌 투자 등에 관련한 최고의 사이트를 쉽게 발견할 수 있다. 여기서 제공되는 투자 가이드 서비스에는 수백 개의 투자 출처의 비교가 가능한 은행, 채권, 브로커리지, 직접투자, 교육센터, 글로벌 투자, 최고의 투자 사이트, 모기지론(mortgage loan), 뮤추얼펀드, 옵션, 개인재무관리(PFM), 주식, 세무 등이 있다.

E-트레이드는 1982년에 빌 포터에 의해 설립되었고 1983년 7월 11일 미시간에 있는 한 박사와 E*TRADE 기술을 이용하여 처음으로 온라인 거래를 하였다. 현재 E-트레이드는 주식, 옵션, 뮤추얼펀드, IPOs(initial public offerings : 최초 공모주), 개인재무관리, 시간연장거래, बैं킹과 세이빙, 세무, 모기지론, 보험, 연금(retirement), ATM 체크, 지식정보센터 등의 서비스가 이용 가능하다.

1970년대 브로커리지의 새로운 형태로 탄생한 찰스슈왓은 1990년대 중반부터 온라인 투자에 참여하기 시작하였다. 1996년부터 1998년까지, 온라인 거래금액은 \$600,000에서 \$2.2밀리언으로 성장하였고, 온라인 자산도 42billion에서 174billion으로 늘어났다. 찰스슈왓은 연금(retirement) 계획을 포함한 각종 플랜과 뮤추얼펀드와 각종 채권을 포함하는 투자, 온라인을 통한 사이버 증권거래 그리고 교육센터 등의 많은 금융서비스를 제공하고 있다. 월스트리트시티(www.wallstreetcity.com)는 초기의 찰스 슈왓과 마찬가지로 증권 위주의 금융포털 형태로서 다양한 주식, 옵션, 펀드 그리고 거래에 관련된 정보를 제공하고 있다.

스톡포인트는 온라인 재무 어플리케이션, 투자분석 툴 그리고 시장정보를 제공하는 선두기업 중의 하나로서 ScreamingMedia를 통해 기업을 위한 최고 품질의 콘텐츠 및 기술적 솔루션을 전세계에 제공하고 있다. 스톡포인트는 포트폴리오, 시세 정보, 채권, 최초공모주(IPOs) 본드 등 주로 증권관련 서비스를 제공하고 있다. 야

후 파이낸스는 본드·옵션·IPOs 등에 대한 투자, 뮤추얼펀드 공동체, 조사 및 교육, 개인 세무·뱅킹·EBPP 등 개인재무, 보험·주택·자동차·건강대출(loan) 등의 서비스를 제공하고 있다. 머니센트럴 인베스터(msn)는 개인재무관리와 관련된 마이 머니, 투자,뱅킹,플랜닝,세무 등의 서비스를 제공하고 있다. 스톡사이트는 접속이 안되어 분석대상에서 제외하기로 한다.

머니 풀은 순수 인터넷 금융포털 형태로 연금, 투자전략, 세무, 뮤추얼펀드, 온라인교육, 시세정보 등의 서비스를 제공하고 있다. 인베스토라마는 투자클럽기술 제공 업체인 ICLUBcentral (www. iclub.com)에 인수되었으며, ICLUBcentral은 인베스토라마의 서비스에 새로운 자원을 추가하여 제공하고 있다. 따라서 본 연구에서 또한 제외하기로 한다. 야후 파이낸스도 채권, IPOs, 뮤추얼펀드,뱅킹, 인터넷빌링, 보험, 대출 그리고 세무 등의 서비스를 제공하고 있다. 또한 무선전화를 이용한 증권정보를 실시간으로 제공하고 있다.

미국 사이트의 서비스제공실태를 표로 나타내면 다음 <표 9>와 같다.

<표 9> 미국 금융포털의 서비스 가능 분야와 활용정도

서비스종류 포털 사이트	은행	대출	증권	보험	신용 카드	연금	세무	개인 재무 관리	인터 넷 빌링	계좌 통합 조회	교육 정보 제공	브로 커리 지
사이버 인베스트	○	○	○	○	○	○	○	○	△	○	○	○
e-트레이드 인베스토라마	○	○	○	○	○	○	○	○	×	×	○	○
머니센트럴 인베스터	○	○	○	○	×	○	○	○	○	○	×	○
머니 풀	△	×	×	△	×	△	△	△	×	×	○	△
찰스 슈왓	×	×	○	△	×	△	△	△	×	×	○	△
스톡포인트	×	×	○	×	×	△	×	×	×	△	○	×
윌스트리트시티	×	×	○	×	×	×	×	×	×	×	○	×
야후 파이낸스	○	×	△	○	△	×	△	△	○	○	○	△

- 주) 1. 직접 사이트방문을 통해 조사함.
 2. 조사 이후 각 사이트의 서비스 내용이 변경될 수도 있음.
 3. ○ : 온라인 거래 가능 △ : 정보만 제공 × : 서비스 미제공

3. 한·미간 금융포털사이트의 비교

국내 금융포털시스템의 구축 또는 서비스 개시연도는 1999년 이후(한국은행, 2000년)로써 미국의 1980년대 말 또는 1990년대 초에 비해 상당히 늦었다. 따라서 국내 금융포털서비스의 발전과정은 대개 단순한 정보제공에 머물러 있고, 전체 금융거래에서 차지하는 비중 그리고 제공되는 서비스의 내용(컨텐츠나 비즈니스 모델 개발)등의 분야는(<표 8>과 <표 9>)에 나타난 바와 같이 아직은 미국에 비해 뒤떨어져 있다.

한국 금융포털의 서비스는 주로 자신이 처음 시작한 서비스 분야에 집중되어 있고, 다른 분야는 주로 링크를 통한 서비스의 접목 형태로 실제 거래의 활용범위는 극히 제한적이다. 또한 컨텐츠나 비즈니스 모델의 개발 또한 기술적·경제적·제도적 제약 등 여러 사정으로 인해 부족한 상황이다.

반면 미국의 사이트는 다양한 금융형태의 온라인 거래를 실질적으로 지원하고 있을 뿐만 아니라 개인재무서비스, 인터넷빌링, 계좌통합 등의 차별화된 서비스의 제공과 브로커리지, 교육센터, 모기지론, 뮤추얼펀드, 옵션, 연금관리, 그리고 IPOs(Initial Public Offerings : 기업공개) 등과 같은 컨텐츠의 개발에 있어 서로 일정부분 앞서가고 있다. 즉 미국의 금융포털사이트는 각종 온라인서비스에 대한 정보제공과 실시간 거래가 하나의 사이트에서 모두 이용할 수 있는 원스톱 거래가 가능하다.

국내 금융사이트는 처음의 주력 분야는 온라인거래가 가능하지만 다른 분야는 정보나 가격비교 서비스만 제공하고 있다. 또는 링크를 통해 제한된 수의 제휴 금융기관에서만 온라인 거래가 가능하도록 제한함으로써 정보이용 및 온라인거래가 제한적이다. 특히 한국의 금융포털지향업체 또는 금융포털업체의 정보(content)제공 및 온라인 거래의 활용실태를 보면 확실한 수익원으로 작용될 수 있는 개인재무관리(PFM) 비즈니스 모델이 부족하다.

미국의 경우 개인이 자신의 세금을 신고해야 하기 때문에 일찍부터 PFM 소프트웨어가 널리 보급 사용되어 왔다. 금융업체들은 아직 그 결과를 명확히 검증한 결과는 없지만 이를 통해 고객과의 관계를 유지하거나 강화할 수 있다고 믿으며 고객에게 올바른 판매 메시지를 보낼 수 있는 방법을 찾기 위해 노력하고 있다.

이는 정보화사회에서 우수고객의 요구와 기업의 데이터베이스에 의한 개별화된 고객관리가 일치된 결과로써 더욱 발전된 비즈니스 모델이다. 따라서 국내의 금융

포털도 재테크 컨설팅을 통한 PFM서비스의 제공을 서둘러야 한다.

또한 한국의 금융포털의 경우 인터넷빌링 서비스가 본격적으로 이루어지지 않고 있다. 이는 청구서 발행기업(예: 한국통신, 한국전력 등)과 서비스 시스템 솔루션업체(예: 한국통신의 EBPP, 네오빌, 신원정보기술 등)간의 수익 배분에 있어 아직 이해 상충 부분에 대한 해결책이 아직 체계화되지 못했기 때문이다. 반면 미국의 경우 전자 청구서로 빌링 업무를 수행함으로써 청구서 발행 기업에게는 인쇄비나 인력유지비용 감소를 통해 50%의 비용 절감효과를, 고객에게는 궁극적으로 연간 약 100달러(NACHA : National Automated Clearing House Association의 발표를 근거로 추정함)에 이르는 가구당 청구서 납부 비용을 대폭 낮추어 주는 효과를 주고 있다(이경형, 2001). 하지만 인터넷 빌링은 많은 수익을 확보하기 위한 것이라기 보다는 고객에게 편리성의 제공을 통해 다른 금융상품이나 서비스를 제공하기 위한 유인전략이라 할 수 있다.

인터넷빌링 서비스 대상은 가정요금 분야에서 아파트 관리비, 케이블TV, 신문, 우유, 잡지, 전화, 수도 전기, 가스, 방범비 등과 개인요금 분야에서 신용카드, 백화점카드, 이동전화, 호출기, 세금, 보험료, 등록금, PC 통신비 등 그리고 기업요금 중 각종 임대료, 수수료, 물품대금, 유지정비료 등이다(이경형, 2001). 또한 국세청, 우체국, 경찰청, 특허청, 노동부 등도 이 서비스를 은행과 연계해 2000년 말부터 도입했거나 도입을 추진 중에 있다.

따라서 국내 포털도 정부의 법, 제도, 기술 그리고 자금 등에 대한 전략적 지원 하에 인터넷빌링 서비스를 제공하거나 이를 확대해 나가는 것이 수익성 추구하고 고객 확대를 위해 필요하다.

계좌통합(Account Aggregation) 서비스⁴⁾ 역시 고객의 편리성을 높여주는 금융 서비스로 아직 국내에서는 솔루션업체의 개인의 정보를 불법으로 확보해 남용할 우려 등과 같은 제도적인 문제와 대형은행들의 금융정보 공유로 자사고객을 잃을 것에 대한 우려하는 기존 금융기관들의 계좌정보 공개 문제 등이 해결되지 않아 서비스의 제공이 지연되고 있거나 일부 사이트에서만 제한적으로 제공되고 있다.

반면 미국의 경우 금융포털서비스를 통한 통합계좌조회와 이체 등이 가능하며 참여 금융기관의 수도 점차 증가하고 있는 추세이다. 금융정보 비교사이트에서 금융포털을 지향하고 있는 아이넨스는 금융쇼핑몰을 구축하고 금융기관간 링크서비스

4) 계좌통합서비스란 고객이 하나의 가상공간상 사이트에 접속하여 자신의 모든 금융 계좌에 대한 정보를 조회하거나 입금, 계좌이체 등이 가능한 금융서비스를 말한다. 즉 고객이 거래하는 여러 금융기관의 계좌를 하나의 계정과 암호를 이용하여 조회 및 거래할 수 있어 고객의 편리함 극대화시키는 금융서비스를 말한다.

를 제공하고 있다.

국내 사이트와 미국 사이트와의 또 하나의 차이는 브로커리지, 즉 중개서비스와 교육서비스를 거의 제공하지 않는다는 점이다. 이는 외국과는 달리 국내 금융기관은 전통적으로 고객과 직접 대면하는 서비스에 익숙해 있기 때문에 온라인 거래에도 이런 형태의 서비스나 거래가 제공되지 않고 있다.

금융구조조정 등 여러 가지 어려운 환경에 직면해 있는 기존 오프라인 금융기관과 온라인 금융포털간의 갈등은 국내 금융포털의 급속한 확대에 있어 또 하나의 장애요인으로 작용하고 있다. 이로 인해 금융지주회사를 중심으로 한 M&A 등 금융기관의 대형화·겸업화 등에 어려움을 겪고 있다. 더욱이 국내 금융산업은 법률적 구조 때문에 업종간 제한적 범위내에서 경쟁을 하는 구조를 가지고 있다. 따라서 자기 분야의 금융 인터넷화에 중점을 두고 금융포털에 적극적으로 참여하지 않아 이 역시 금융포털화의 확대에 장애요인이 되고 있다.

대부분의 국내 금융포털사이트의 도메인 이름이 co.kr로 되어 있고 주로 한국어로만 서비스를 제공하고 있는데 금융산업도 이제 국제적인 경쟁시대로 진입한 만큼 도메인 이름도 .com으로 바꾸고 지원 언어도 영어를 포함하여 최소한 2개 이상의 언어로 제공해야만 한다. 그리고 홈페이지의 디자인도 국제 고객을 위해 좀더 국제적이고 세련된 형태로 바꾸어야 한다.

앞의 (<표 8>과 <표 9>)에서 비교한 바와 같이 국내 금융포털은 아직은 정보 제공수준 단계에 위치해 있으며 비즈니스 모델로 연계되어져 상업적 가치를 향상시키는 콘텐츠개발 능력도 미비한 것으로 나타나고 있다. 이는 국내 금융기관들이 자사사이트에서 전문 금융포털 상품공급자로 다시 금융포털로의 변환을 위해 정책적 변화를 추구해야할 것으로 생각된다.

IV. 결 론

인터넷을 이용한 금융시스템의 개발과 이를 통한 금융상품이나 금융서비스에 대한 보다 깊이 있는 정보의 제공은 고객이 시간적·공간적 제약 없이 금융서비스나 상품의 형태를 비교할 수 있게 해주고 있다. 이로 인해 금융시스템은 과거와 달리 고객위주의 서비스나 금융상품을 개발하고 데이터베이스에 의한 고객별로 차별화된 금융서비스를 제공하는 고객중심의 금융시스템으로 변화하여야만 한다.

따라서 금융시스템은 이제 다양한 금융상품을 고객을 위해 준비하는 시스템의

복합화, 겸업화를 통해 경쟁력과 생존전략을 확보해야 하는 시대를 맞이하고 있다. 또한 금융기관들은 고객의 요구를 만족시키기 위해 금융기관 및 제품이 서로 연결된 표준화된 제품을 제공해야만 하는데 이를 위해서는 금융기관간 또는 금융업종간 통합이 전략적으로 요구되어지고 있다.

위와 같은 환경 변화에 대한 대응전략으로 첫째, 금융기관들은 인터넷을 이용해 금융관련 각종 서비스를 한곳에서 제공하는 금융포털 사이트를 구축하여 이에 대응하여야 하고 또한 주도권을 선점하기 위해 노력해야만 한다.

둘째, 고객 중심의 시장에서는 고객 친화적이고 고객 밀착형의 영업방식이 필요한데, 이를 위해서는 정보시스템을 구축하고 시스템에서 축적된 데이터베이스를 근거로 우수고객에 대한 차별화된 서비스의 제공이 가능하도록 시스템을 구축하여야 한다.

셋째, 복합서비스를 제공하기 위해서는 막대한 자금과 기술력이 필요하다. 특히 규모가 작은 은행들은 이러한 자금과 기술력을 확보하기 위해 M&A와 전략적 제휴를 적극적으로 추진할 필요가 있다.

넷째, 가상 금융시스템의 근본이 되는 인터넷으로 대표되는 정보통신기술의 물리적, 법적·제도적, 사회·문화적, 기술적 그리고 인력 인프라 구축에 정부가 최대한 지원해야만 한다. 실제로 국내 금융포털의 확대에 있어 중요한 문제 중의 하나가 금융업무와 각종 금융서비스를 온라인상에서 실행할 수 있는 정보통신 기술을 고루 갖춘 전문인력이 절대적으로 부족하다는 것이다. 따라서 정부는 새로운 금융경쟁시대에 맞는 전문인력을 양성하기 위한 교육프로그램을 가능한 빨리 개발하여야 한다.

다섯째, 인터넷을 이용한 금융포털은 인터랙티브 TV, 모바일 폰 그리고 스마트 카드 등과 같은 새로운 채널이 이용 가능해야 하며, 새로운 금융서비스 상품을 제공할 수 있는 전자금융시스템(혹은 e-비즈니스 모델)의 구축과 운용이 시급히 요구된다. 즉 데이터베이스 마케팅 형태의 정보를 인터넷 또는 전자우편을 이용하여 제공하는 개인 맞춤형 재테크 서비스의 제공, 인터넷을 이용해 각종 세금이나 공과금을 납부하는 인터넷빌링 서비스의 제공 등이 여기에 해당된다.

여섯째, 모기지(mortgage)를 결합한 전자금융상품 경쟁에 선도적인 새로운 도전으로 정의되는 life style-account, saving and current accounts, the integration of investment management and share trading with traditional banking services 등과 같은 선진국에서 이용 가능한 상품형태들을 제공하는 방향으로 금융서비스가 이동해야만 한다.

일곱째, 금융포털 시스템을 구축 또는 지향하고자 하는 금융기관은 현재의 단일 금융업무 형태를 통합하는 것과 실시간 트랜잭션(transaction)시스템을 갖추어야만 한다. 다른 한편 전통적인 사무실기반의 금융업무시스템은 소량 단위화된 설계와 상품에 의해 분류되어지기 때문에 상품개발기간은 길고 비용도 많이 든다. 하지만 전자시장은 신속한 경쟁적 대응을 지원하기 위해 빠르고, 낮은 비용의 개발 능력을 갖추어야만 한다.

여덟째, 고객과 전자금융 시스템간의 무결성(無缺性), 진정성(眞正性), 거래부인 봉쇄(去來否認封鎖), 인증성(認證性) 및 기밀성(機密性) 등의 인터액션(interaction)을 보장하는 최적의 보안 시스템을 확보해야한다. 그리고 graphical message mapping tools 트랜잭션 시스템과 기존의 데이터 베이스 또는 시스템과 공유를 허락하고, back office 통합 그리고 좀더 융통성을 가진 시스템의 개발과 응답솔루션을 위한 개발시간 단축이 가능한 다양한 S/W의 개발 등도 필요하다.

그 외에도 금융업의 장치산업화, 부가가치은행의 출현, 정보통신·유통업체의 금융업진출의 허용, 리스크 변화에 대한 시스템 리스크 또는 컴퓨터 리스크관리 전략 구축, 긴급요원의 확보, 업무복귀계획(Recovery Plan), 예비(Back-up)체제의 정비, 해킹이나 크래킹(cracking) 기법의 발달에 따른 암호화 기술에 대한 동태적인 연구, 금융시스템의 국제적 교류를 위한 국제표준화 그리고 기술투자에 대한 재무적 안정성 확보 등의 대응전략들이 필요하다.

환언하면 현대 디지털 기반의 금융 고객은 시간적 제약 없이 은행, 대출 증권 또는 보험 등 모든 금융업무를 각종 전자 단말기를 통해 이용할 수 있고 이자율(상품)과 인터넷 금융 이용조건을 비교하는 능력을 지녔다. 따라서 이제 단일 형태의 온라인 금융서비스 만을 가지고 고객 중심의 새로운 금융환경 변화에 적응 할 수 없으며 금융포털을 통한 복합된 금융서비스의 제공을 추구해야만 한다. 이를 통해 비용절감, 겸업화를 통한 대고객서비스의 향상, 그리고 인터넷빌링 또는 개인재무관리 서비스 등으로 영업범위의 통합과 확대가 필요하다. 그리고 그 출발은 가상공간 상의 금융포털사이트의 구축과 다양한 콘텐츠의 개발에 있다고 할 수 있다.

이러한 새로운 시대, 새로운 금융패러다임의 변화는 한국 금융산업에 기회와 위협을 동시에 제공하고 있다. 이러한 금융패러다임의 변화에 대응하고 이에 맞는 패러다임의 변화를 도모하지 못한다면 국내금융산업의 미래는 불투명할 것이며 이에 따라 국내 경제 주체들의 거래 또한 외국은행에 의존하게 될 것이다. 반면, 한국 금융산업이 이러한 변화 요구에 신속하게 대응한다면 기존의 물리적 기반에서 누리 지 못했던 위치를 극복하고 디지털 경제시대에 새로운 금융시대의 주역으로 세계금

용계에서 주도적 위치를 확보할 수 있다.

이를 위해 국내금융산업 또한 2000년 11월부터 허용된 금융지주회사의 설립과 확대를 적극적으로 추진하여 금융기관의 대형화를 유도하여야 한다. 또한 방카슈랑스와 같은 은행과 보험업무를 같이 처리할 수 있는 또는 은행, 증권, 보험 업무를 One-stop으로 처리할 수 있는 겸업화를 민간 금융기관 및 정부차원에서 적극 추진해야 한다.

본 논문은 한·미 인터넷 금융포털사이트의 활용실태를 제공하는 서비스 콘텐츠를 중심으로 비교·분석함으로써 국내 금융포털사이트가 추구해야할 방향을 제시하였다. 또한 이를 통해 국내 금융포털사이트가 새로운 경제패러다임하에서 변화에 적응하고 새로운 형태의 금융시대를 개척하는데 기여하고자 하였다. 추후 양국의 금융포털사이트 운영 주체들과 인터넷 이용자들을 대상으로 실증적 연구가 필요하다.

참 고 문 헌

1. 김관태(2000), “21세기 디지털 경제시대의 은행업 변화,” 금융시장동향, pp. 10~22.
2. 배찬권(2000), “인터넷뱅킹의 확산에 따른 은행산업의 변화와 동향,” KISDI IT FOCUS, 정보통신정책연구원.
3. 조대우(2000), “한·미 은행고객의 인터넷 뱅킹 채택행동 특성 비교,” 인터넷비즈니스 연구, 제1권, pp. 111~138.
4. 조대우·황경연(2001), “기술수용모델을 이용한 인터넷 뱅킹 이용의도 결정요인 분석,” 한국경영경제연구 제1권 제1호, pp. 21~48.
5. 조태종(2000), “한국 인터넷뱅킹 현황분석-CRM, PEM, 계좌통합, 금융포털 & P2P,” 스톡피아 출판부.
6. 이경형(2000), “금융포털에 대한 현황과 전망(1),” KISDI IT FOCUS, 정보통신정책연구원.
7. _____(2001), “금융포털에 대한 현황과 전망(2),” 정보통신정책연구원.
8. _____(2001), “미국 인터넷 빌링(EBPP)의 경제적 효과,” 정보통신정책연구원.
9. 한국은행 금융결제부(1996), “우리 나라 전자금융의 현황과 전망,” 한국은행 출판부.
10. 한국은행 보도자료(2001), “2000년말 현재 국내은행 인터넷뱅킹서비스 이용현황,” 공보 2001-1-15호, 한국은행 출판부.
11. _____(2001), “2001년 6월말 현재 국내은행 인터넷뱅킹서비스 이용현황,” 공보 2001-7-20호, 한국은행 출판부.
12. 한국증권업협회(2001), “2000년 온라인 증권거래 총결산 및 요약,” 한국증권업협회 홍보팀.
13. 황경연·문희철(2001), “한·미 은행고객의 지속적 인터넷뱅킹 이용의도에 미치는 영향요인 비교분석,” 충남대학교 논문집.
14. Aladwani, A. M.(2001), “Online banking : a field study of drivers, development challenges and expectations,” *International Journal of Information Management*, Vol. 21, pp. 213~225.
15. Booz, A. and Hamilton(1997), “The Rise of Brickless Banking,” www.bah.com.

16. Brynjolfsson, E. and M. Smith(1998), "Internet Market Efficiency : Fact or Friction? Evidence form Internet and Traditional Retailers of Books and CDs," *Working Paper*, MIT Sloan School.
17. Burroughs, R. E.(1999), "The Adoption of Retail Electronic Commerce : and Empirical Investigation," Ph. D. Dissertation, Florida International University.
18. Hitt L. M., and F. X. Frei(1999), "Do Better Customers Utilize Electronic Distribution Channels: The Case of PC Banking," *Working Paper* 99-12, University of Pennsylvania, The Wharton School.
19. Hoffman, D. L., Kalsbeek, W. D., and T. P. Novak(1996), "Internet and Web use in the U.S.," *Communications of the ACM*, Vol. 39, No. 12. 1996, pp. 36~47.
20. Liao, S., Shao, Y. P., Wang, H. and A. Chen(1999), "The adoption of virtual banking: an empirical study," *International Journal of Information Management*, Vol. 19, pp. 63~74.
21. Little, A. D.(1988), "Electronic Banking goes to market," *IEEE SPECTRUM*, February, pp. 46~49.
22. Maude, D., Raghunath, R., Sahay, A. and P. Sands(2000), "Banking on the device," *The Mckinsey Quarterly* 2000, November 3, pp. 87~97.
23. MSDW(1999), *The Internet and Financial Services Report*.
24. Polatoglu, V. N. and S. Ekin(2001), "An Empirical investigation of the Turkish consumers' acceptance of internet banking services," *International Journal of Bank Marketing*, 19/4, pp. 156~165.
25. Ramaswami, S. N., Strader, T. J. and K. Brett(1998), "Identifying Potential Customers for On-line Financial Services," *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 3, No. 2.
26. Sathye, M.(1999), "Adoption of internet banking by Australian consumers: an empirical investigation," *International Journal of Bank Marketing*, 17/7, pp. 324~334.
27. Shivlin, R., Doyte, B., Renyi, C. and E. Boynton(2000), "Pernalizing Financial Service," *The Forrester Report*, December.
28. Skipper, J.(1998), "Electronic Banking and Payments," *The Institution of*

Electronic Engineers, IEE, London.

29. U.S. Census Bureau(1999), e-finance Users: Demographic profile Comparison 1999.
30. www.mekinsyquarterly.com/electron/bade00.asp.

■ 인터넷사이트

- | | |
|--|---|
| 국민은행 : www.onkookmin.net | 한미은행 : www.goodbank.com |
| 신한은행 : www.shinhan.com | 머니메일 : www.moneymail.co.kr |
| 주택은행 : www.hncbworld.com | 하나은행 : www.hanaib.com |
| 한빛은행 : www.e-hanvit.co.kr | |
| 팍스넷 : www.paxnet.co.kr | 프라이덴 : www.priden.com |
| 씽크풀 : www.thinkpool.com/index.jsp | 아이낸스 : www.inance.com |
| 다음 금융플라자-증권 : http://finance.daum.net | |
| 이머니 : www.emoney.co.kr | 웰시아 : www.wealthia.com |
| 한미르 금융센터 : http://fn.hanmir.com | 머니OK : www.moneyok.co.kr |
| 엔머니뱅크 : www.nmeney.co.kr | creditbank : www.creditbank.co.kr |
| 리치엔조이 : www.richnjoy.co.kr | 가치네트 : www.wealthia.com |
| 파이낸스OK : www.financeok.co.kr | |

Abstract

Comparison of the Practical Use Condition of e-finance Portal Site between Korea and U.S.A.

Kim, Dong-gyoon · Cha, Soon-kwean

For increasing the competitiveness and efficiency of Korea's finance industry under the new e-finance paradigm, this paper compared the practical use of finance portal site' on service parts and stage between Korea and U.S.A.. The services which can be served from site are banking, mortgage and credit loan, stock, card, retirement tax, PFM(Personal Finance Management), EBPP(Electronic Bill Presentment and Payment) and Account Aggregation and so on. The stage of site can be divided as the information provide stage which only gives information about service parts, on-line transaction stage which real-time transaction is possible and PFM services provide stage according to development process.

As a result, the beginning of finance portal service in Korea was later about 10years and more than it of U.S.A. So the development stage of domestic portal site is still staying in the first step and the providing services and contents or business model development parts are also in the same stage than U.S.A.

Besides, Korea's sites mainly focus on their first service parts even though they recently aim internet finance portal, and provide not real time transaction but finance information.

On the other hand, the U.S.A. site support substantially not only various on-line transactions but also distinctive personal services like PFM(Personal Finance Management), EBPP(Electronic Bill Presentment and Payment), Account Aggregation and Trans-account, brokerage, education center, mortgage loan, mutual fund, option, pension fund and IPOs and so on.

Thus, the site of Korea need to establish real type of internet finance portal which provides one-stop services on every type of finance to customers in the real time and also require the strategic integration among finance institutions.

The next turn, they need to build information system and education center to give best satisfaction to customers and acquire customer information and marker environment changes and need to provide distinctive services to quality customers throughout database from this.

Also the site should provide various type of banking services which refereed above like PEM, EBPP and education center etc, and the government of Korea should support the building of IT infrastructure to Physical, legal, systematic, sociocultural, technical and human resource sections.

This paper provided the future movement direction of the domestic finance portal through comparison and analysis on the practical use of it between Korea and U.S.A. and also wanted to contribute for developing and reading of Korea finance portal in the new era of the finance paradigm.