

금융플랫폼 제도화 방안 연구

2023. 3

금융위원회
양 병 권

차 례

국외훈련 개요	6
훈련기관 개요	7
1. 서론	8
1.1. 연구필요성	8
1.2. 연구방향	10
2. 금융플랫폼의 개념	12
2.1. 플랫폼의 개념 및 특성	12
2.2. 금융플랫폼의 정의	16
2.3. 금융플랫폼의 유형 및 분류	19
2.4. 소결	22
3. 금융플랫폼 현황	23
3.1. 연구의 필요성	23
3.2. 글로벌 현황	24
3.2.1. 개괄	24
3.2.2. 주요 금융플랫폼 현황	25
3.3. 국내 현황	32
3.4. 소결	35
4. 금융플랫폼 규제·제도화 현황	39
4.1. 플랫폼 규제 개괄	39
4.2. 글로벌 현황	40
4.2.1. 주요국 규제 현황	40
4.2.2. IMF 국제기구 규제 제안	45
4.3. 국내 현황	46
5. 금융플랫폼 제도화 필요성	54
5.1. 논의의 전제	54
5.2. 금융플랫폼의 위험 요인	55
5.3. 제도화 필요성	56

5.3.1. 금융혁신 측면	56
5.3.2. 금융시스템 측면	57
5.3.3. 산업경제적 측면	58
5.3.4. 금융소비자 측면	59
6. 금융플랫폼 제도화 방향	60
6.1. 기본 원칙	60
6.2. 규제 유형별 제도화 방향	61
6.2.1. 진입규제	61
6.2.2. 영업행위규제	62
6.2.3. 독점규제	63
6.2.3. 데이터규제	63
7. 법제도화 세부 방안 논의	68
7.1. 진입규제	68
7.1.1. 금융플랫폼 사업자	68
7.1.2. 금융플랫폼 진입 유형	69
7.1.3. 자본금 등 건전성 관련 요건	72
7.1.4. 청산 절차 마련	78
7.1.5. 기타 진입 요건	79
7.2. 영업행위규제	80
7.2.1. 1사 전속 규제 폐지	80
7.2.2. 중개 및 광고 규율	81
7.2.3. 공시	84
7.2.4. 자기상품 판매	84
7.2.5. 소비자보호 등을 위한 주요 규율 사항	85
7.2.6. 손해배상 책임	88
7.2.7. 건전성 규제	91
7.3. 독점규제	92
7.3.1. 독점규제 소관	92
7.3.2. 금융상품 공급자에 대한 독점행위 규제	94
7.3.3. 독점규제 대상 플랫폼 : 지정 금융플랫폼	95
7.3.4. 경쟁 금융플랫폼에 대한 독점행위 규제	95
7.4. 데이터규제	97
7.4.1. 데이터 주권	97

7.4.2. 데이터 독점 규제	97
7.4.3. 데이터 활용 규제	98
7.4.4. 데이터 보안 규제	99
8. 결론	101

그림 · 표 목차

- [그림 · 표 1] 플랫폼 경제 개념도
- [그림 · 표 2] 플랫폼 경제의 주요특성
- [그림 · 표 3] 금융위원회 종합 금융플랫폼 개념도
- [그림 · 표 4] 금융플랫폼의 유형과 특징
- [그림 · 표 5] 금융플랫폼의 유형화 분류
- [그림 · 표 6] GAFA 시가총액과 비중의 변화
- [그림 · 표 7] 아마존과 애플의 금융플랫폼 현황
- [그림 · 표 8] 구글과 메타(구 페이스북)의 금융플랫폼 현황
- [그림 · 표 9] 글로벌 빅테크·핀테크 기업의 주요 금융서비스 제공 현황
- [그림 · 표 10] 네이버 금융플랫폼
- [그림 · 표 11] 오픈뱅킹 개념도
- [그림 · 표 12] 금융플랫폼 규제 체계
- [그림 · 표 13] 글로벌 빅테크 관련 주요국 대응사례
- [그림 · 표 14] 미국, EU, 일본의 플랫폼 기업 규제 법안
- [그림 · 표 15] IMF의 빅테크 규제 체계
- [그림 · 표 16] 금융업권 1사전속 규제 현황
- [그림 · 표 17] 금융업법상 인허가 등 진입 유형
- [그림 · 표 18] 금융업권별 최소자본금 요건
- [그림 · 표 19] 영국 대출형 크라우드펀딩 중개업체의 대출잔액별 필요최소자본
- [그림 · 표 20] 금융업권별 건전성 규제 제도 현황
- [그림 · 표 21] 온라인 플랫폼 사업자의 주요 경쟁제한행위 유형

별첨 목차

<별첨1 : 해외 금융플랫폼 사례 : 테슬라의 자동차 보험업 진출 사례>

<별첨2 : 오픈뱅킹 성과>

<별첨3 : 마이데이터 산업 도입방안>

<별첨4 : 금융플랫폼 정책토론회 패널토론 주요 발언 정리>

<별첨5 : P2P금융의 도산절연 법제도화 사례>

<별첨6 : 도산 절차 배제 방안 검토>

<별첨7 : 금융플랫폼의 중개와 광고 사례>

<별첨8 : 금융소비자보호법 제정에 따른 주요내용 비교>

<별첨9 : 개별법상 금융회사의 금융소비자에 대한 손해배상책임>

<별첨10 : 금융분야 클라우드 및 망분리 규제 개선방안>

국외훈련 개요

1. 훈련국 : 미국 - 텍사스

1. 훈련기관명 : Texas A&M University(Economics)

2. 훈련분야 : 경제 · 금융 정책

3. 훈련기간 : 2021. 8. 4. ~ 2023. 6. 3.

훈련기관 개요

명 칭	Texas A&M University (TAMU)
소재지	Administration Building, 400 Bizzell St, College Station, TX 77843
홈페이지	https://www.tamu.edu (대학교) https://liberalarts.tamu.edu/economics (경제학과)
소개	Texas A&M's Department of Economics enjoys a national and international reputation for the quality of its academic programs and faculty. Our young and active faculty are major players in the national and international research communities in the economics profession. The Department of Economics at Texas A&M University is home to around 1,200 undergraduates, 180 master students, and 60 doctoral students.
프로그램 주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> • World-class and highly ranked econometrics and applied microeconomics faculty • STEM discipline (Econometrics and Quantitative Economics with Code 45.0603) • 2 concentrations: Financial Econometrics and Financial Economics • 2 options: Thesis and Non-thesis • 32 credit hours (a thesis and a final exam); 36 credit hours (no thesis, no final exam, but includes a Capstone course) • 18 months or 24 months in length for MS Economics • A new combined degree program with MS ECON and Master of International Affairs begins Fall 2022! • 36 months in length for MS Economics & MIA • Rigorous economics, econometrics, quantitative skills, SAS and other programming language training • Career support from the Department, the College, and the University • The world's most powerful alumni network • Affordable education with the highest return on investment (ROI) • Successful placement on both industry side and academic side • Merit-based scholarships available for both 1st and 2nd year M.S. students with outstanding academic records • BS/BA ECON students can participate in a 5-year program to earn both Bachelor and Master degrees • ECON Minor to Master's program • Accelerated Master's program for non-major Bachelor students

1. 서론

1.1. 연구 필요성

ICT(Information and Communications Technology) 기술의 고도화와 스마트폰으로 대표되는 모바일 산업의 발전 등에 따라 근래 10년 동안 미국 등 주요 선진국을 비롯하여 전 세계는 플랫폼 경제로 빠르게 전환하고 있다. 특히, 2020년에 발발한 Covid-19 라는 초유의 장기간 감염병 사태는 비대면, 비접촉 거래의 급격한 확산을 가져오면서 이러한 플랫폼 경제로의 전환을 더욱 가속화하고 있다.

현재 플랫폼 경제는 다양한 분야에서 두루 발전하고 있으며, 특히 일상생활과 밀접한 지급결제, 송금, 대출 등 금융 분야에서 더욱 두각을 나타내고 있다. 주로 대형 IT 기업¹⁾들이 자신들이 가지고 있는 기술적 경쟁력과 높은 고객 접근성을 바탕으로 금융산업에 진출하여 기존 금융시스템에 전반적인 변화를 야기하고 있는 상황이다. 물론 전통적인 금융회사 역시 이 같은 대형 IT 플랫폼 기업에 맞서 자체적인 방식 혹은 다른 기업과의 제휴 등을 통해 금융 분야에서 플랫폼 서비스를 강화해 나가고 있다.

이러한 금융시장과 금융산업의 플랫폼으로의 변화는 기술과 시대의 발전에 따른 필연적인 현상이며, 결과적으로 고객의 편리함과 만족도를 제고 할 것으로 기대된다. 또한, 기존에 없었던 새로운 영역으로의 금융서비스를 확장시키고 획기적이고 혁신적인 서비스를 제공할 수 있다는 점에서 긍정적인 측면이 크다고 할 수 있다.

그러나 동시에 이러한 변화는 기존에 없던 새로운 문제들도 내포하고 있는데, 그중 가장 주요한 문제는 플랫폼의 자연적 독과점화 현상이라고 할 수 있다. 이러한 플랫폼 독과점화가 심화되는 경우, 경쟁 공급자들의 신규 진입을 어렵게 해 오히려 산업 전반의 혁신을 약화시킬 뿐만 아니라, 소비자에 대한 침해, 특히 소비자의 정보보호 문제가 더욱 두드러질 수 있다. 나아가 장기적으로는 고용 불균형, 시장경쟁 약화, 소비자 후생 악화 등 산업 전반에 부정적 영향을 야기할 가능성도 있다.²⁾

1) 보다 일반적인 용어로서 빅테크(Big-tech) 기업이라는 표현이 사용된다. 이 같은 빅테크 기업에는 미국의 Apple, Google, Amazon 같은 기업들이 있으며, 우리나라의 경우 Naver, 카카오 등이 일반적으로 빅테크 기업으로 분류될 수 있다.

2) 미국 예일대의 Lina M. Khan 교수는 2017년에 The Yale Law Journal에 실린 「Amazon's Antitrust Paradox」 라는 논문을 통해 기존의 독과점에 대한 평가방식인 소비자잉여라는 기준으로만 판단하는 경우, 빅테크 기업이 가지고 있는 본질적인 문제를 정확히 파악할 수 없음을 주장하면서 그 부정적 영향에 대해 강조하고 있다.

특히, 시장의 안정³⁾과 소비자 보호가 핵심적인 금융 분야에서는 이러한 빅테크의 금융플랫폼 진출과 기존 금융회사들의 플랫폼화에 대한 우려가 더욱 크게 다가오는 것이 사실이다. 우리는 이미 2008년 금융위기를 겪으면서 금융회사의 비대화와 금융시스템의 집중으로 인한 문제점을 경험해 보았다. 대마불사(Too big to fail)라는 용어에서도 알 수 있듯이, 금융서비스의 집중화 문제는 특정 금융회사의 실패가 그 금융회사에만 귀속되지 않고 전체 시스템의 부담으로 이어지며, 따라서 대규모의 시장 실패 문제가 발생할 수 있음을 시사한다. 그런데 금융플랫폼은 훨씬 더 복합적인 연결 구조를 가지고 있을 뿐만 아니라, 규모가 거대하므로 단순히 특정 금융회사의 규모 확장이나 레버리지 확대와는 차원이 다른 문제를 야기한다.

이러한 상황에서 미국을 비롯하여 EU 등 세계 주요 국가들은 금융플랫폼에 대해 규제를 정비해 나가고 있다. 다양한 측면에서 규제 논의가 이루어지고 법과 제도가 마련되고 있는데, 특히 반독점, 소비자 정보보호 등의 측면에서 많은 진전이 이루어지고 있다. 그러나 우리나라의 경우, 아직 금융플랫폼 산업 자체가 성숙 되지 않은 상황에서 단순히 규제만 강화할 경우, 이 산업의 성장과 발전을 통한 혜택을 기대할 수 없다는 점에서 다른 나라들과 완벽하게 동일한 접근을 하기에는 어려운 측면이 있다.

특히 플랫폼의 경우, 기존의 지역적, 국가적 장벽을 초월해서 진출이 이루어진다는 점에서 만약 이러한 금융플랫폼으로의 전환에서 우리나라만 뒤처질 경우, 다른 산업에 비해 상대적으로 자국 중심으로 이루어져 있는 금융 산업에 미치는 영향은 매우 클 것이며, 중국에는 우리 금융산업의 토대를 상실할 수 있다는 점에서 종합적인 관점에서 신중한 접근이 필요하다.

이제는 플랫폼으로 인해 변화하고 있는 금융산업의 발전과 혁신을 저해하지 않으면서도 금융소비자 보호와 시장의 안정성을 도모하기 위한 방안들을 즉각적으로 고민해야 할 시점이다. 그리고 이러한 제도화 방안을 마련하기 위해서는 무엇보다 현재 추진되고 있는 해외의 사례를 바탕으로 우리의 현실에 맞는 방식이 무엇인지에 대한 고민이 필요하다. 해외에서 추진했거나 추진할 금융플랫폼 규제 방안들을 살펴봄으로써 새로운 플랫폼 환경에서 우리나라에 가장 적합한 규제 및 제도를 만드는데 시사점을 얻을 수 있을 것으로 기대한다. 그리고 앞서 이야기했던 것처럼 우리에게도 플랫폼 산업으로의 전환을 촉진하여 금융플랫폼의 국제적 경쟁력도 갖추도록

3) 국제결제은행(Bank for International Settlements) 등에 따르면 일반적으로 금융시장의 안정은 미시적 측면에서는 개별 금융회사의 건전성을, 거시적 측면에서는 금융시스템의 안정을 모두 포함하는 개념이다.

해야 할 필요가 있다는 점을 강조하고 싶다. 즉 다른 나라들과 같이 단순히 금융플랫폼을 규제하는 측면에서만 접근하는 것이 아니라 금융플랫폼으로의 자연스러운 성장을 촉진하는 측면을 함께 고려해야 한다는 것이다. 이를 위해서는 금융플랫폼이 가져올 긍정적인 효과와 부정적인 효과에 대한 면밀한 연구가 필요하다 하겠다.

1.2. 연구 방향

본격적인 연구에 앞서 금융플랫폼에 대한 개념 정의가 필요하다. 현재 금융플랫폼이라는 용어가 실무적으로 많이 사용되고 있으나, 이는 학술적으로 확립된 개념은 아니며 국가별로 처한 환경과 규제 목적 등에 따라 다양한 의미를 가진다. 특히 금융플랫폼의 어느 특성에 중점을 두느냐에 따라 같은 용어를 상당히 다른 의미로 이해할 가능성이 있다. 가령 “금융”이라는 측면에만 집중할 경우, 광범위한 데이터를 수집·처리하고 네트워크 효과를 가져오는 플랫폼의 기능과 이로 인해 파생되는 문제를 과소 평가할 우려가 있다. 반대로 “플랫폼”만을 강조할 경우, 금융서비스와 직접 관련 없는 서비스, 예를 들어 물품 판매 서비스와 같은 개념과 혼재될 수 있으며, 이는 금융서비스와는 성질과 기능이 다르기 때문에 금융플랫폼을 제도화 하는데 있어서 혼선을 야기할 수 있을 것이다.

용어 역시 “플랫폼 금융”, “디지털 금융⁴⁾”, “핀테크 플랫폼” 등 그 실질적 특성과 서비스 범위 등에 따라 다양한 용어로 사용되고 있어 실무적으로도 통일된 용어의 사용이 필요한 시점이다, 따라서 2장에서는 금융플랫폼을 우리나라 실정을 고려하여 제도화 측면에서 필요한 범위에서 개념과 용어를 정리할 것이다. 물론, 금융플랫폼은 최근 등장한 새로운 영역이며, 시장환경 변화에 따른 변동 가능성을 염두에 두어야 하므로 이러한 개념을 정리하는데 있어서는 다소 포괄적이고 추상적인 접근이 필요할 수 있다는 점을 미리 언급하고자 한다.

3장에서는 금융플랫폼의 실제 사례들을 살펴보고자 한다. 무엇보다도 미국 등 주요 선진국에서는 이미 수년 전부터 정보기술 등을 바탕으로 한 대규모 기업들이 등장했으며, 이들은 자신들의 기반인 전통적인 산업 이외에 지급결제나 보험서비스 그리고 대출과 같은 자금중개 영역까지 진출하

4) 국제결제은행(Bank for International Settlements)은 디지털금융을 금융소비자에게 제공·이용하는데 있어 디지털 기술에 의존하는 금융서비스로 정의한다.(안수연 외, 「디지털금융시대 금융법 현대화 : 해외 사례 및 시사점」, 2022.)

고 있다. 우리나라의 경우에도 아직 그 규모에 있어 상대적으로 낮은 수준이기는 하지만 각종 금융서비스 분야에서 많은 기업들이 플랫폼을 지향하며 성장해 나가고 있다. 이러한 사례들을 구체적으로 살펴봄으로써 현재의 제도가 가진 한계와 문제점을 파악하고자 한다.

금융플랫폼의 제도화 문제는 1차적으로 규제적 성격을 떨 수밖에 없다. 실제로 미국과 EU 등에서는 이러한 규제적 측면에서 접근하여 금융플랫폼 문제를 논의하고 정리해 나가고 있다. 우리 역시 규제적 측면에서의 검토가 필요하므로 주요국의 규제사례들을 4장에서 구체적으로 살펴보려 한다. 이러한 사례연구에 있어 강조하고 싶은 것은 각 국가마다 금융플랫폼 기업들의 규모나 서비스 범위가 매우 다르다는 것이다. 그뿐만 아니라 금융시스템과 금융 법제 역시 국가별로 매우 큰 차이를 가지고 있다.

예를 들어 우리나라의 경우, 금융플랫폼 자체가 일반 기업이 금융업에 진출하는 것을 내포하므로 일견 산업의 금융지배라는 기존의 전통적인 금산분리⁵⁾의 기본원칙에 반하는 현상으로 볼 수도 있다. 그러나 특정 기업이 자신의 산업 경쟁력을 통해 확보한 자본력을 바탕으로 금융업으로 확장하는 전통적인 산업과 금융의 결합(산업자본을 통한 금융지배)과는 달리, 금융플랫폼은 회사가 보유한 산업 경쟁력이 금융업 경쟁력과 직결되며 이를 바탕으로 금융업으로 진출한다는 점에서 기존과는 다른 새로운 관점을 가지고 살펴볼 필요가 있는 것이다.

이러한 관점에서 5장에서는 금융플랫폼 제도화가 현 시점에 필요한 것인지, 그 제도화의 효과가 플랫폼화를 통한 금융산업의 발전과 소비자 보호에 적합한지를 검토할 것이다. 구체적으로 5장에서 검토되겠지만 이에 대한 기본 입장은 당연히 필요하고 또 시급하다는 것이다. 지금 제도화를 하지 않을 경우, 우리가 가지고 있는 여러 기술적 장점을 이용한 금융플랫폼 산업의 발전을 가져오기 어려우며, 제도화되지 않은 금융플랫폼은 복잡한 생태계와 독과점 등으로 소비자 피해를 가져올 것이기 때문이다.

그리고 6장과 7장에서는 금융플랫폼의 제도화 기본 방향과 함께 구체적인 제도화 방안을 논의할 것이다. 이 연구는 단순히 이론적, 학문적 검토에서 끝나는 것이 아니라 실제 정책 마련에 필요한 구체적인 대안을 찾

5) 일반산업과 금융업은 동일한 기업 또는 동일한 기업그룹내에 함께 두어서는 안된다는 원칙이며, 이는 금융자본을 통한 특정 산업의 지배(금융의 산업지배) 또는 특정한 산업을 통한 일반적인 금융의 지배(산업의 금융지배)를 방지하기 위한 원칙이다. 이러한 금산분리 원칙은 불공정경쟁 방지, 금융의 사금고화 방지 및 금융의 건전성 유지 등의 차원에서 그동안 금융제도의 중요한 원칙으로 자리잡고 있었다.

는 것에 중점을 두었다는 점을 강조하고 싶다. 앞서 논의하고 검토한 모든 내용들은 7장의 구체적인 제도화 방안을 마련하는데 기본 토대가 될 것이다. 그리고 구체적인 방안은 실제 정책에 바로 활용될 수 있는 수준에서 논의될 것임을 미리 밝혀둔다.

2. 금융플랫폼의 개념

2.1. 플랫폼의 개념 및 특성⁶⁾

금융플랫폼의 개념을 정의하기에 앞서, 우선 플랫폼이라는 개념을 먼저 살펴볼 필요가 있을 것이다. 왜냐하면 금융플랫폼 역시 플랫폼이라는 경제적 구조의 성질을 가지고 있는 플랫폼의 하위 개념이기 때문이다. 플랫폼이 도대체 어떤 것이고 어떠한 성질을 가지고 있는 것인지를 살펴봄으로써 금융플랫폼의 특성을 보다 정확하게 이해할 수 있을 것이다.

플랫폼에 대한 하나의 확정된 정의는 없으나 경제적 관점에서 정의해 본다면, 소비자와 판매자 등 플랫폼을 이용하는 이용자 그룹을 상호 연결시켜 줌으로써 이를 통해 상품이나 서비스가 거래되고, 정보 등의 교환이 이루어지게 해주는 매개체 (intermediary)를 의미한다. 즉 여러 그룹들은 플랫폼을 통하여 거래를 하게 되는데, 이러한 플랫폼이 특별한 의미와 기능을 가지는 것은 다음에 살펴볼 플랫폼의 고유한 특성들 때문이다.

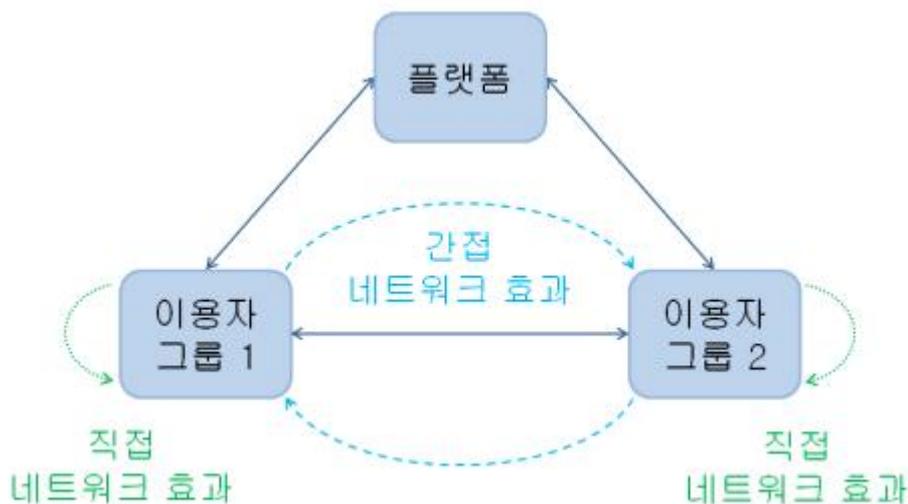
플랫폼의 가장 주요한 특징은 ‘양면시장 (two-sidedness)’ 또는 ‘간접 네트워크 효과 (inter-group network externality)’ 라고 할 수 있다. 일반적인 시장의 경우 소비자와 공급자가 명확하게 구분되어 있고, 상품의 가치는 공급자의 생산에서 소비자의 수요로 넘어가며 발생하게 된다. 즉 두 이용자 그룹이 존재하지만 둘의 상호작용이 아닌 일방적인 방향으로 가치가 창출되는 것이다. 그러나 양면시장에서는 소비자와 공급자를 구분하기가 쉽지 않다. 왜냐하면 일견 공급자로 보이는 그룹도 소비자 그룹의 수요의 정도에 영향을 받고 이를 통해 상품의 가치가 발생하기 때문이다. 즉 소비자와 공급자가 단일하게 존재하지 않고 양자가 서로 상호작용하며 가치를 창출하게 되는 것이다.

이러한 양면시장에서는 거래의 상대방이 많은 수록 참여의 효용이 높아지게 되고 가치와 만족이 증가하는 긍정적인 외부효과가 발생하게 된다. 이러한 점에서 Caillaud and Jullien (2003)은 플랫폼 경제에서 구매자 규모가 클

6) 이화령, 김민정, 「플랫폼 경제의 시장기제와 정부정책」, KDI 연구보고서, 2017

수록 더 많은 판매자를 얻을 수 있으며, 또한 판매자 규모가 커질 수록 구매자가 유입될 유인이 많다는 간접 네트워크 효과의 존재를 “닭과 달걀의 문제”로 표현하기도 하였다 (이화령, 김민정, 2017). 우리는 이러한 예를 여러 경우에서 살펴볼 수 있는데 중고거래 플랫폼을 생각해 보자. 중고거래 플랫폼에서는 중고물품을 팔려는 사람과 사려는 사람 즉 두 개의 그룹이 존재한다. 판매그룹은 해당 플랫폼에 사려는 사람이 많아야 쉽게 중고물품을 팔 수 있고 거래비용도 줄일 수 있다. 즉 수요자 그룹의 수가 증가하면 판매자의 플랫폼 이용의 만족이 증가하게 되는 것이다. 중고물품을 사려는 사람 역시 공급자가 많을수록 다양한 중고물품을 검색해 볼 수 있게 되고 시간과 비용을 줄여 가장 적절한 상품을 구입할 수 있게 되므로 판매자의 수가 증가함에 따라 플랫폼 이용의 만족도가 증가하게 된다. 정리해 보면, 중고거래 플랫폼에 있어서 중고 판매자와 중고 소비자의 수가 증가할수록 상호 만족이 증가하게 되고 이는 다시 거래자의 참여를 더 늘리게 되는 반복적인 외부효과를 창출하게 되는 것이다.

[그림 · 표 1] 플랫폼 경제 개념도



한편, 이러한 간접 네트워크 효과는 자연독점(natural monopoly) 현상으로 연결된다.⁷⁾ 그 과정을 설명하면 다음과 같다. 간접 네트워크 효과로 이용 규모가 증가함에 따라 플랫폼의 비용은 크게 늘어나지 않는 반면, 플랫폼에서 발생하는 가치는 급격하게 증가하므로 규모와 범위의 경제(economies of scale and scope)를 일으키게 된다. 이 경우 아주 작은 플랫

7) Luis M.B. Cabral, David J. Salant, Glenn A. Woroch, 「Monopoly pricing with network externalities」, London Business School, 1997.

폼간의 차이가 반복적인 네트워크 효과에 의해 매우 큰 격차를 만들게 되고, 자연스럽게 뒤쳐진 플랫폼은 도태되게 된다. 살아남은 플랫폼은 이렇게 도태된 플랫폼의 이용자를 흡수함으로써 더욱 빠르게 성장하게 되기 때문에 자연스럽게 최종적인 결과는 독점의 형태를 띠게 되는 것이다.

이러한 독점은 매우 중요한 의미를 가지게 된다. 왜냐하면 일반적인 독점의 경우 높은 진입장벽에 의해 유지⁸⁾되는 반면, 플랫폼의 경우에는 명시적인 진입장벽이 없는 경우에도 경쟁의 결과가 자연스럽게 독과점으로 연결되는 것이기 때문이다. 따라서 플랫폼 경제구조 하에서 발생한 독과점 문제는 기존의 독과점 문제를 해결하는 방식과 동일하게 접근하는 것이 바람직하지 않을 수 있음을 인식해야 한다.

그렇다면 플랫폼 경제에서의 독과점이 소비자에게 바람직하지 않은 결과를 가져오는지에 대해 알아볼 필요가 있다. 왜냐하면 일반적인 독과점에서는 공급자가 상대적으로 우위에 있는 가격 협상력을 바탕으로 효율적인 가격보다 높은 수준에서 가격을 설정하게 되고 결과적으로 소비자들은 높은 비용을 지불함으로써 일정한 후생의 감소를 가져오기 때문이다. 이러한 논리 구조하에서는 플랫폼의 독점이 독점가격으로 연결되는지와 관련될 것이다.

그러나 여기서 매우 중요한 플랫폼 특징을 발견할 수 있다. 독점화된 플랫폼은 상당히 강력한 시장 지배력을 가지게 되지만, 새로운 플랫폼 등장에 의해 의외로 손쉽게 독점력을 잃을 수 있기 때문이다. 플랫폼 구조하에서는 진입에 따르는 비용이 크지 않다. 소비자 역시 플랫폼을 전환하는데 드는 비용이 크지 않다. 따라서 새로운 플랫폼이 등장하여 혁신적이고 참신한 서비스를 제공할 경우, 그래서 그것이 일정한 수준의 이용자를 확보할 경우 즉 네트워크가 어느 정도 이상의 규모 (Critical mass)에 도달하면 시장은 급격히 새로운 사업자로 쏠릴 수 있기 때문이다. 선발기업으로서의 이익 (first-mover's advantage)을 영원히 보장해 주지는 않는다는 것이다. 실제 온라인 마켓에서 미국의 아마존이라는 기업이 등장하기 전까지 무수히 많은 플랫폼들이 우위를 점하다 사라져 갔다. 아마존 역시 현재는 강력한 지배력을 가지고 있지만 언젠든 유사한 플랫폼에 의해 대체될 가능성이 있기 때문에 독점력에도 불구하고 상대적으로 경쟁적인 가격을 설정하고 있는 것이다. 이러한 점 때문에 플랫폼 독점에 대해서는 기존의 전형적인 독점을 평가하는 시각에서 해결하기 어려운 부분이 많이 있다.

8) 일반적인 기업의 경우, 공장 설비나 고도의 기술 및 특수 원자재 등을 진입장벽으로 활용하여 독과점 현상이 발생할 수 있으며, 금융회사의 경우 인·허가 등 정부의 인위적인 진입규제 정책에 의해 독과점화 되는 현상이 발생한다.

이러한 것 중에 가장 중요한 것이 바로 소비자의 정보 또는 데이터이다. 플랫폼 구조하에서 플랫폼 기업의 가장 큰 자산은 바로 소비자 데이터인데, 이는 나이, 성별과 같은 식별정보에서부터 구매 형태, 상품 선호도 등 다양한 비식별정보까지 그 범위는 무궁무진하다고 할 수 있다.

소비자 데이터가 중요한 이유는 소비자 데이터를 보유하고 활용할 수 있는 플랫폼이 결국 그 소비자를 자신의 플랫폼을 사용하도록 할 수 있기 때문이다. Lina M. Khan은 아마존의 역설 (Amazon's Antitrust Paradox)이라는 논문을 통해 이러한 점을 지적하고 있다.⁹⁾ 언뜻 독점의 모습을 가졌더라도 소비자에게 저렴한 비용으로 서비스를 제공한다면 이는 문제 될 수 없다는 주장에 대해, 소비자 데이터에 대한 독점적 접근으로 새로운 사업자의 진출을 억제하고 소비자와의 관계에서도 절대우위를 점하는 문제가 플랫폼 독점하에서 나타날 수 있으며, 이는 기존의 독점보다 더 큰 문제를 내포할 수 있다는 것이다.

한편 소비자 데이터 문제는 개인정보의 보호, 소비자의 정보보호라는 단순한 문제를 넘어서 데이터의 주권이 누구에게 있는지, 즉 데이터에 대한 소유권 내지는 사용권에 대한 문제로 넘어가면서 상당히 복잡한 양상을 보이고 있다. 예를 들어 EU가 제정한 GDPR (General Data Protection Regulation) 규제에서는 소비자의 데이터 주권은 소비자에 있으므로 소비자는 자신의 데이터를 자신이 원하는 플랫폼에 제공하도록 다른 플랫폼에 요구할 수 있도록 하였다. 앞으로 우리는 금융플랫폼을 다루게 될 것인데, 금융정보는 그 어떤 정보 보다도 민감하고 가치가 높다는 점에서 플랫폼의 정보 독점문제는 아주 중요한 특성중 하나라고 할 수 있다.

[그림 · 표 2] 플랫폼 경제의 주요특성¹⁰⁾

구분	특징
승자독식 (Winner takes all)	• 경쟁자에 비해 소비자들에게 조금이라도 더 선호되는 플랫폼이 시장점유율의 대부분을 차지함
임계점 (Critical mass)	• 어느 한 기업의 시장점유율이 임계점을 넘으면 그 이후로는 자연스럽게 커짐
닭-달걀 문제 (Chicken-and-egg Problem)	• 플랫폼이 살아남기 위해서는 소비자와 다른 생산자가 모두 충분히 가입되어있어야 함. 플랫폼에 가입한 소비자나 생산자가 많지 않을 때는 모두 가입할 유인이 적지만, 만약 어느 한 쪽이 충분히 가입하면 다른 한 쪽도 가입할 유인이 큼
경로 의존성 (Path dependence)	• 차별성이 없는 기업들끼리의 경쟁에서도 임의의 작은 차이가 시장 전체의 판도를 결정함

9) Lina M. Khan, 「Amazon's Antitrust Paradox」, The Yale Law Journal, 2016.

10) 이정우, 「플랫폼을 통한 네트워크 효과와 레버리지 문제」, 2022.

2.2. 금융플랫폼의 정의

현재까지 금융플랫폼에 대하여 국제적으로 합의되거나 통용되고 있는 명시적인 정의는 없다. 다만 여러 문헌과 실무상으로 금융플랫폼이라는 용어를 사용하고 있으며 이와 유사한 용어들 역시 사용되고 있다. 따라서 여기서는 우선 금융플랫폼을 정의하고 있거나 유사한 개념을 사용한 문헌들을 살펴봄으로써 금융플랫폼이 가지고 있는 개념적 특성을 확인해 보고자 한다.

금융플랫폼의 소관부처인 금융위원회(이하 “금융위”)는 ‘종합 금융플랫폼’이라는 새로운 금융업 도입을 신설하면서 이를 “하나의 가상공간에서 고객에 대한 각종 금융서비스를 제공하는 것”이라 정의하고, ‘Banking as a Platform’이라는 용어를 통해 핀테크 기업과 협력을 통해 다양한 서비스를 제공하는 플랫폼을 제안하였다.¹¹⁾ 여기서 금융플랫폼과 관련하여 의미가 있는 것은 가상공간이라는 온라인 환경을 전제로 한다는 점이다. 그리고 종합이라는 표현에서 알 수 있듯이 하나의 서비스가 아닌 다양한 서비스를 전제하고 있다는 점도 살펴볼 수 있다. 이는 기존의 금융업법 체계가 은행업, 보험업 등 특정한 하나의 분야를 전제로 하고 있는 것에 반하여, 금융플랫폼은 그 성질상 단일한 형태의 서비스로 한정되지 않음을 시사한다.

[그림 · 표 3] 금융위원회 종합 금융플랫폼 개념도(2019)



11) 「은행과 핀테크 기업 모두가 참여하는 오픈뱅킹 서비스가 전면 시행됩니다.», 금융위원회 보도자료, 2019.12.18.

윤민섭, 고인목, 빈기범 (2019)¹²⁾은 학문적 관점에서 보다 정교하게 개념을 정의하고 있다. 우선 플랫폼을 “일정한 기술표준과 거래규칙을 부과하여 둘 또는 그 이상의 서로 다른 유형의 고객들이 한 장소에 모여 서로를 발견하고 가치를 교환하는 것을 원활하게 하는 중개자·중개매체”라고 정의한 뒤, 온라인 플랫폼은 인터넷 환경에 기반한 플랫폼을 의미한다고 하여 플랫폼을 온라인이라는 특정 서비스 전달 수단 및 기술을 이용하여 그 범위를 한정하였다. 또한, 금융플랫폼에 대해서는 “온라인을 기반으로 다양한 금융상품 서비스에 대하여 다수의 공급자와 수요자들이 상호작용할 수 있는 서비스를 제공하는 매개체”로 정의하였다.

이러한 내용을 종합하여 이경은 (2022)¹³⁾은 금융회사는 금융상품을 금융플랫폼을 통해 공급하고, 금융소비자는 금융플랫폼을 활용하여 자신에게 적합한 금융상품이나 금융서비스를 선택하고 거래(매수, 계약)하는데, 이때 금융플랫폼은 비대면거래를 전제로 여러 정보를 활용하며 알고리즘에 의한 데이터 처리를 하는 역할을 담당하게 된다고 보았다.

이러한 금융플랫폼의 정의는 향후 금융플랫폼을 법·제도화 하는데 있어 상당히 중요한 핵심 개념들을 구분하여 포함하고 있다는 점에서 의미가 있다. 구체적으로는 플랫폼을 구성하는 주체로서 공급자와 소비자를 구분하여 정의하고 있는 것이다. 금융플랫폼의 제도화의 목적중 하나로서 이를 이용하는 소비자의 보호가 중요한 요소인데, 이렇게 이용자 그룹을 공급자와 소비자로 분류함으로써 제도적 목적에 맞게 금융플랫폼을 개념화 할 수 있게 된다. 또한 온라인 거래라는 특수한 방식으로 금융플랫폼을 전제한 점도 의미가 있다. 왜냐하면 실제 오프라인에서 이루어지고 있는 여러 금융상품의 중개는 금융서비스 공급자와 소비자를 연결 시켜준다는 점에서 개념적으로는 금융플랫폼과 유사하나, 물리적 한계 등으로 인해 간접 네트워크가 발생하기 어렵고 따라서 자연독점의 가능성도 매우 작기 때문에 실제적인 모습은 금융플랫폼과는 전혀 다르기 때문이다. 다시 말해 금융플랫폼이라고 할 때 플랫폼은 사실상 온라인이라는 수단적 측면에 대한 전제 없이는 성립하기 어려운 개념이다.

한편, 금융플랫폼과 유사하나 실무적으로 사용되고 있는 빅테크의 개념도 함께 살펴볼 필요가 있다. 왜냐하면 현재로서 금융플랫폼에 가장 유사한 실제적인 개념이 빅테크에 담겨 있기 때문이다.

12) 윤민섭, 고인목, 빈기범, 「금융상품 온라인 플랫폼 제도화 방향 연구」, 한국금융투자자보호재단, 2019.12.

13) 이경은, 「국내 금융플랫폼 발전 현황과 규제이슈」, 2022.5.

조성훈 (2022)¹⁴⁾에 따르면, 빅테크 역시, 일반적으로 통용되는 공식적인 개념 정의는 없으나, 여러 문헌들에서 사용하고 있는 용어를 통해, ‘플랫폼을 보유하고 운영하여 이용업체(business user)와 소비자를 연결해 주는 대형 기술 기업’으로 정리해 볼 수 있다고 설명한다. 즉 ‘플랫폼을 보유·운영’하는 ‘gatekeeper’로서 빅테크는 이용업체와 소비자의 플랫폼 참여를 통제·관리하는 주체가 된다는 것이다.

이러한 빅테크들은 유사한 개념인 핀테크와 자주 비교되는데, 미국의 Google, Apple, Amazon, Meta와 같은 빅테크는 금융 서비스 제공을 직접적인 목적으로 설립된 것이 아니라 검색, 모바일, 온라인 상거래, SNS 등 자체적인 비금융 주력사업을 바탕으로 구축된 데이터 및 네트워크를 기반으로 금융산업에 진출한 기업이라는 점에서 기본적으로 금융업을 주력으로 하여 시작한 핀테크와는 구별된다. 앞서 언급한 Google 등 외에도 최근에는 자동차 제조업체인 Tesla가 자동차 보험시장에 진출하면서 빅테크에 다가서고 있다. 중국에는 Alibaba, Tencent 등이 있으며, 국내의 경우 카카오와 네이버가 빅테크에 가장 근접한 기업으로 언급된다.

여기서 금융플랫폼을 구성하는 중요한 개념이 등장한다. 바로 데이터이다. 빅테크가 얼마나 경쟁력이 있는지 여부는 그 빅테크 플랫폼에 참여하는 소비자, 공급자들의 규모와 그들의 상호작용 및 그 상호작용에 의해서 생겨나는 데이터이다. 예를들어 대출을 중개하는 금융플랫폼을 생각해 볼 수 있는데, 고객의 그동안의 연체정보나 소득정보 그리고 부채나 자산정보가 많으면 많을수록 그러한 데이터와 실제 연체율 사이의 관계를 보다 정교하게 분석할 수 있게 되고, 이는 다시 적정한 대출금리 산정으로 연결되어 고객에게 가장 적합한 대출상품을 제공해 줄 수 있는 것이다.

즉 빅테크 경쟁력의 핵심 원천은 플랫폼 참여자의 상호작용(네트워크 효과)과 이 상호작용의 결과로 생산되는 데이터라고 할 수 있다. 플랫폼이 클수록(즉 참여자가 많을수록) 상호작용은 급격하게 증가하고, 그에 따라 해당 플랫폼에 참여하는 이용기업과 소비자의 만족도는 증가하게 된다. 동시에 이 과정에서 생산되는 데이터 역시 증가하게 된다. 빅테크는 이러한 데이터를 분석하여 플랫폼 참여자의 수요에 보다 정밀하게 맞춰진 상품·서비스를 제공할 수 있으며, 그에 따라 플랫폼 참여자는 더욱 증가하게 되고, 다시 더욱 많은 데이터가 생산되는 선순환 구조가 형성될 수 있는 것이다.

이러한 특성은 특정 플랫폼 기업으로 이용자가 집중되는 현상을 가져오게 되며, 결과적으로 하나의 빅테크 기업이 전체 시장을 장악하는 독과

14) 조성훈, 「빅테크에 대한 공정경쟁 규제 동향 및 금융산업 진출 관련 이슈」, 2022.3.

점 현상 (승자독식 현상)을 야기하기도 한다.

다만, 플랫폼 독점이 기존의 독점과 다른 점은, 기존 시장이 공급자의 독점으로서 소비자에 대해 우월한 지위를 가졌다면, 빅테크의 경우에는 플랫폼의 독점으로 소비자는 물론 금융서비스 공급자에 대해서도 우월한 지위를 가지게 된다는 점이다. 그리고 기존 독점 시장과 달리 보유한 데이터에 기반한 강력한 네트워크 효과로 인해 후발 신생기업들이 진입할 수 있는 가능성을 제약하는 효과도 발생할 것이므로 결과적으로 새로운 플랫폼 경쟁자가 등장하기 어려운 구조라는 점에서 독과점의 지속 가능성도 높다고 볼 수 있다. 이러한 점들을 고려해 볼 때, 금융플랫폼을 정의함에 있어 데이터라는 개념은 상당히 중요한 의미를 가지게 된다고 할 수 있다.

2.3. 금융플랫폼의 유형 및 분류

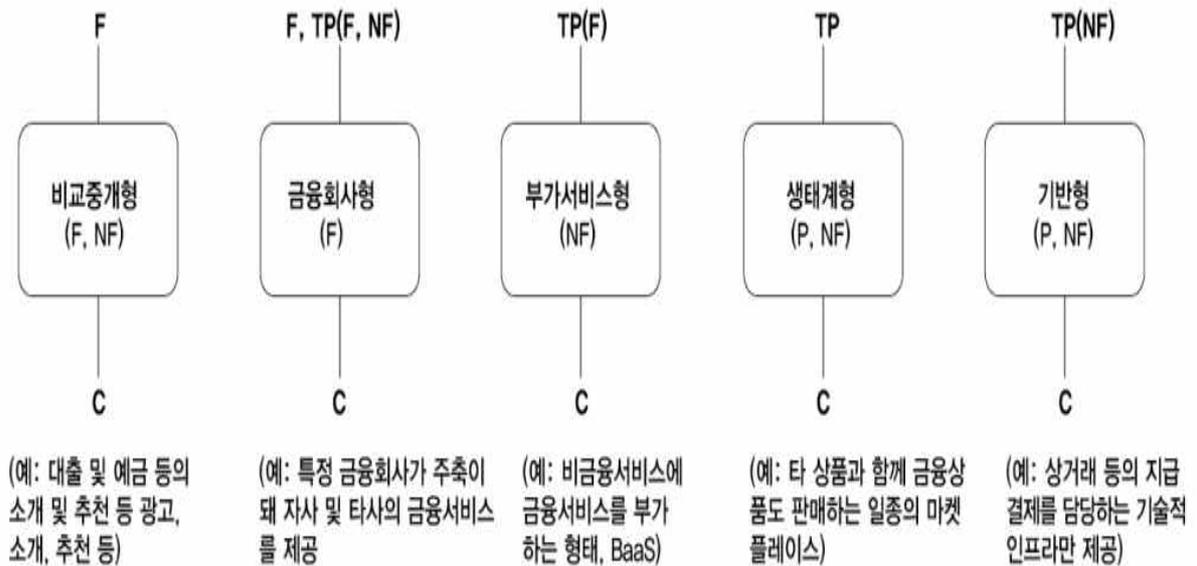
금융플랫폼의 정의를 확정하기 전에 금융플랫폼의 유형을 고찰해 보는 것이 의미가 있을 것이다. 왜냐하면 법적으로 금융플랫폼을 정의하더라도 결국 그 정의에 맞는 다양한 금융플랫폼의 유형이 존재할 것이기 때문이다. 특히 플랫폼의 다양하고 유연한 특성상 상당히 차별화된 유형이 존재할 수 있으며, 시간이 흐름에 따라 이전에 생각하지 못했던 여러 유형의 금융플랫폼이 등장할 수도 있다. 따라서 가능한 금융플랫폼의 유형을 사전에 살펴본다면 이후 제도화를 하는데 있어 금융플랫폼 유형별로 차별화된 규제와 법적용을 시도해 볼 수 있을 것이다.

이와 관련하여 구분성, 이대기 (2022)¹⁵⁾는 금융서비스의 특성에 따라 5가지 유형으로 금융플랫폼을 분류하고 있다. 이를 여기서 소개하면 ①비교중개형(comparator)은 다양한 금융회사의 상품 및 서비스를 소개, 광고, 추천하는 일종의 온라인 금융마켓의 형태를 가진 금융플랫폼을 말한다. ②금융회사형의 경우에는 특정 금융회사가 자신의 금융상품을 기본적으로 제공하되, 자신이 가진 플랫폼을 통해 다음 금융회사의 상품도 판매함으로써 종합적인 금융서비스를 제공하는 플랫폼을 말한다. ③부가서비스형(as a side service)의 경우 금융이 아닌 비금융상품, 예를 들어 중고차같은 상품을 파는 플랫폼과 제휴하여 그러한 비금융상품 거래에 필요한 금융서비스(자동차보험, 할부 등)를 제공하는 유형을 의미한다. ④생태계형(ecosystem)의 경우 금융서비스와 비금융서비스가 하나의 플랫폼안에서 동시에 제공되는 복합형 플랫폼을 의미한다. ⑤마지막으로 기반형(enabler)의 경우, 소액결제, 간편결제

15) 구분성, 이대기 「국내은행의 플랫폼 전략: 현황과 전망」, 금융연구원, 2022.7.

제와 같은 지급결제 분야에서 결제 인프라를 제공하는 형태로 금융회사보다는 주로 IT기업이나 통신업자 등에 의해 제공되는 플랫폼을 말한다.

[그림 · 표 4] 금융플랫폼의 유형과 특징(구본성, 이대기, 2022)



주 : 1) P : 플랫폼 C : 고객 F : 금융회사 NF : 비금융회사 TP : 외부기관

이러한 금융플랫폼의 분류는 다양한 형태의 금융서비스 전달과 여러 사업자의 제휴 관계들을 파악하는 등 비즈니스 측면에서 적합한 방식이지만, 금융플랫폼을 규율하는데 있어 중요한 요소들을 적절하게 파악하기 어렵다는 한계를 가지고 있다. 예를들어 금융플랫폼이 가지고 있는 금융리스크는 아주 중요한 요소인데 해당 플랫폼이 실제 리스크가 상당한 여수신 등 금융중개 업무를 하는지, 리스크가 한정된 자금의 이전업무인지, 아니면 단순히 금융상품을 중개해 주는 것에 불과한지 등에 따라 규율하는 방식과 강도는 매우 달라야하기 때문이다. 또한 그 플랫폼의 주체가 누구인지도 중요할 것이다. 왜냐하면 일반적인 금융회사의 경우 해당 금융회사의 인허가 법령에 의해 여러 진입규제 등의 규율을 받고 있는 반면, 비금융회사인 경우에는 금산분리 원칙에 따라 금융업을 영위하는데 제한을 받고 있기 때문이다. 따라서 실제로 금융플랫폼을 법제도화 하기 위해서는 해당 플랫폼이 제공하는 서비스의 내용(리스크 측면)과 플랫폼의 운영주체에 대한 관점에서 금융플랫폼을 보다 체계적으로 유형화해 볼 필요가 있다.

가령 다양한 금융서비스가 하나의 사업자(혹은 플랫폼)를 통해 종합적으로 제공되는 방식일 수도 있고, 여러 금융서비스와 금융회사를 하나의

플랫폼을 통해 연결시켜 주는 방식일 수도 있다. 또한 플랫폼 제공자 측면에서는 전통적인 금융기관이 제공하기도 하며 비금융업 회사에 의해서 제공되기도 한다. 이러한 금융플랫폼을 유형화 하면 다음과 같이 크게 4가지로 분류 할 수 있을 것이다.

[그림 · 표 5] 금융플랫폼의 유형화 분류

서비스 내용 플랫폼 제공자	금융 서비스 직접 제공	다양한 서비스 연결 · 중개
일반 금융회사	A(예: 금융업 겸업)	B(예: 오픈뱅킹)
비금융회사	C(예: 금산결합)	D(예: 핀테크)

가장 일반적으로 생각해 볼 수 있는 금융플랫폼 유형은 위의 표의 A에 해당되는 유형이다. 기존의 금융회사가 자신의 업무범위를 넘어서서 다른 금융업을 함께 취급하면서 겸영하는 구조라고 할 수 있다. 이러한 유형은 처음부터 받을 수 있는 인허가 업무를 선형적으로 구분하지 않고, 필요한 업무에 해당하는 라이선스를 계속해서 취득하면서 해당 사업을 영위할 수 있도록 해주는 방식¹⁶⁾이 있으며, 우리나라의 경우에는 특정 분야의 금융업 인허가를 받고, 필요한 범위내에서 겸영업무를 통해 일부 다른 금융업무를 허용해 주는 방식을 택하고 있다. 그러나 전통적인 금융회사들은 자신의 주력 범위에 집중하는 경향이 있고, 금융산업의 건전성과 경쟁 유지를 위해 금융당국에서는 겸영을 매우 제한적으로 허용하고 있어 실제로 이러한 유형을 찾아보기는 쉽지 않다.

반면 B의 유형은 매우 활발하게 이루어 지고 있다. 우리나라에서는 대표적으로 2017년도에 도입된 오픈뱅킹이 좋은 예라고 할 수 있음. 오픈뱅킹은 모든 은행과 결제사업자의 송금·결제 업무를 하나의 금융회사에서 처리할 수 있도록 하는 인프라 혹은 플랫폼이다. 이에 따라 각 은행들은 다른은행의 계좌를 가지고 있는 고객에 대해서도 송금·결제 서비스를 제공할 수 있으며, 향후에는 금융투자, 자산관리, 금융상품 판매 등으로 서비스의 범위

16) 영국의 경우, 금융회사의 업무범위는 필요한 라이선스를 취득함에 따라서 계속 확대될 수 있음. 그러나 업무 라이선스 단위는 전통적인 금융업의 유형으로 나뉘어져 있으며, 심사에 따라 인허가를 받지 못할 수도 있다.

가 확대될 수 있어 금융의 플랫폼화를 가속화 할 것으로 예상된다.

C의 방식의 경우 우리나라에서는 금산분리 원칙에 따라 제한적인 범위내에서 비금융회사의 금융업 진출을 허용하고 있어, 비금융사의 특정 금융업에 대한 제한적 진출만 가능한 상황이다. 다만, 중국의 경우 일반 금융산업이 성숙하지 않은 상황에서 대형 온라인 유통사업자(예 : 알리바바)나 소셜미디어 사업자(예: 텐센트)에 의해서 실제 종합적인 금융 서비스가 제공되고 있음을 볼 수 있다. 예를 들어, 알리바바는 중국내 최대 온라인 상거래 업체로서 자신의 플랫폼에 입점한 사업자에 대해 소호대출 업무를 취급하고 있고, 상거래 결제를 위해 알리페이라는 결제서비스를 제공하고 있으며, 결제사업과 연동하여 개인고객들의 자금을 수신하기도 한다. 또한 다양한 보험상품과 투자상품을 판매하는 등 종합적인 금융서비스를 제공중이다.

마지막으로 D 유형은 현재 전세계적으로 가장 활성화 되어 있는 금융플랫폼 유형이라 할 수 있다. 대부분의 핀테크 기업들이 이 분야에 진출하여 전통적인 은행업무로 여겨지는 지급결제서비스를 연결시켜 주거나 대출상품 비교·중개 보험, 투자상품 중개 등 여타 금융기관과 제휴하여 다양한 금융서비스를 제공하고 있다.¹⁷⁾

2.4. 소결

지금까지 살펴본 것들을 종합하면 금융플랫폼의 개념을 구성하는 요소는 크게 ①금융소비자 ②금융서비스 또는 서비스 공급업자(자금중개, 자금이체, 상품중개 등), ③온라인 플랫폼, ④금융플랫폼 사업자(금융회사 또는 비금융회사) ⑤데이터 등 5가지로 구분할 수 있을 것이다. 그리고 플랫폼 안에서 거래되는 금융서비스의 난이도나 특성에 따라 금융리스크가 상이하고 소비자 보호의 범위에도 큰 차이가 발생한다. 또한 플랫폼을 제공하는 제공 주체가 금융회사인지 아니면 비금융회사인지 여부에 따라서는 진입제도나 건전성 관리 등에 차이가 발생하게 될 것이다.

따라서 이러한 금융플랫폼을 실제 제도화하기 위한 관점에서 정의한다면, “인터넷, 모바일 응용프로그램 등 전자적인 장비 (온라인 플랫폼)를 통해 금융서비스 공급업자와 금융소비자를 연결하여 각종 금융서비스를 제공하고 그 과정에서 금융소비자의 데이터를 보유·활용하는 시스템”으로 정의할 수 있을 것이다. 그리고 이러한 금융플랫폼을 제공하는 주체(금융회사와 비금융회사)를 금융플랫폼 사업자로 정의할 수 있다.¹⁸⁾

17) 물론, 핀테크의 사업 범위는 매우 넓어서 금융플랫폼 유형이 아닌 특정분야에 진출해서 일반금융회사와 경쟁하기도 한다. 예를 들어 지급결제 서비스를 제공하면서 은행과, 카드사와 경쟁하기도 하고 보험이나 외환 업무에 집중된 서비스를 제공하기도 하는 등 다양한 유형이 존재한다.

3. 금융플랫폼 현황

3.1. 연구의 필요성

이 장에서는 앞서 정의한 금융플랫폼에 해당하는 실제적인 서비스와 사업자의 현황을 살펴보고자 한다. 새로운 서비스가 등장하고 이를 제공하는 사업체가 출현할 때 이들은 법적용의 모호함과 제도 공백을 활용하여 규제를 회피하며 성장해 갈 수 있다. 기존의 법과 제도로는 이들에 대해 적절하게 규제하기 어렵기 때문이다. 그럼에도 불구하고, 즉각적인 법제도화가 어려운 이유도 존재한다. 실제 이러한 새로운 분야가 얼마나 지속적으로 성장해 갈지 알기 어렵기 때문이다. 법제도화에는 많은 시간과 비용이 소비될 뿐만 아니라, 때로는 기존의 법체계와 제도의 급격한 변동이 요구되는 경우가 있다. 이러한 경우에 아직 미성숙한 새로운 서비스를 규율하기 위해 기존 체계를 전반적으로 개편하기는 어려울 것이다.

따라서 이 장에서 살펴보는 금융플랫폼의 현황은 현재 이러한 새로운 서비스가 얼마나 성장해 있는지를 검토함으로써 중국적으로는 새로운 금융플랫폼 서비스에 대한 법제도화의 필요성을 함께 살펴볼 수 있다는 점에서 의미가 크다. 이뿐만 아니라, 실제 우리의 현실에게 제공되고 있는 금융플랫폼의 다양한 실제 사례들을 살펴볼 것이다. 그것은 작은 스타트업의 서비스에서부터 세계 최대 IT기업들의 서비스까지 매우 다양한 모습을 가지게 될 것이다. 이러한 실제 사례들을 통해 중국적으로 마련될 법제도화가 이러한 서비스들에 어떻게 영향을 주게 되는지, 이러한 서비스들을 적절하게 규율할 수 있는지, 혹은 부작용의 가능성은 없는지 등을 이해하는데 도움이 될 것이라고 기대한다.

한 가지 한계점은 현재 국내외 금융플랫폼이라고 볼 수 있는 서비스들이 매우 다양하고 복잡하기 때문에 여기에서 그 모든 서비스들을 망라하여 설명하거나 살펴보기 어렵다는 사실이다. 기존에 나와있는 연구자료와 언론보도 등을 바탕으로 우리에게 익숙하고 주요한 금융플랫폼 서비스에 대해서 우선적으로 살펴보기로 한다. 어디까지나 금융플랫폼을 법제도화하는 측면에서 사례를 분석하는 것이며 사례의 비즈니스 측면이나 성과를 살펴보는 것이 아님을 미리 밝혀둔다.

18) 「온라인투자연계금융업 및 이용자 보호에 관한 법률」에는 유사한 개념에 대한 법률적 정의가 마련되어 있다. “온라인플랫폼”이란 온라인투자연계금융업자가 연계대출계약 및 연계투자계약의 체결, 연계대출채권 및 원리금수취권의 관리, 각종 정보 공시 등 제5조에 따라 등록한 온라인투자연계금융업의 제반 업무에 이용하는 인터넷 홈페이지, 모바일 응용프로그램 및 이에 준하는 전자적 시스템을 말한다.

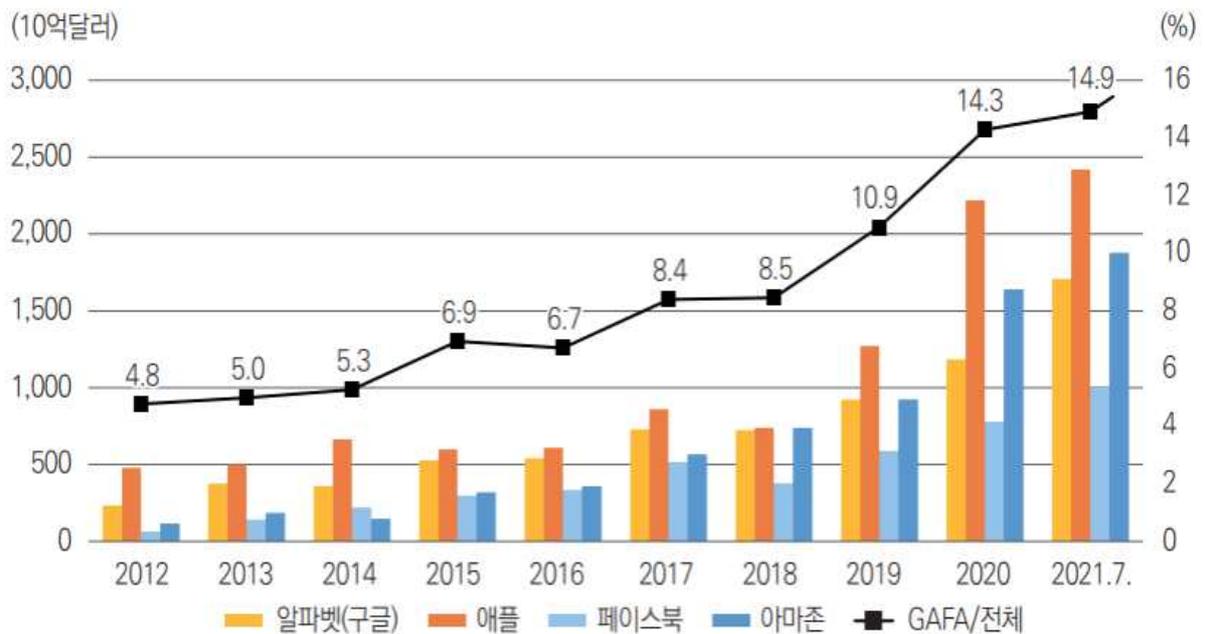
3.2. 글로벌 현황

3.2.1. 개괄

글로벌 시장에서는 빅테크, 핀테크 기업들을 중심으로 다양한 금융플랫폼이 등장하는 가운데 주도적인 플랫폼을 두고 경쟁이 치열하다. 빅테크 기업은 광범위한 고객 기반과 데이터 우위를 바탕으로 결제, 대출, 금융투자 등 다양한 형태의 금융서비스를 제공하고 있으며, 이미 기존에 자신들이 가지고 있는 산업 영역에서와 같이 높은 시장 지배력을 확보하거나, 아예 기존의 금융시스템을 근본적으로 변혁하는 모습을 보여주고 있다.

양용현, 이화령 (2021)에 따르면, 2021년 7월 기준으로 미국 시가총액 1위에서 5위까지의 상위 5개 글로벌 초대형 기업중 이미 금융서비스 분야에 진출한 기업은 애플, 아마존, 알파벳(구글), 메타(구 페이스북) 등 총 4개사로, 이들의 시가총액은 최근 약 10년 동안 5~16배 수준으로 크게 상승하여 미국 전체 상장기업에서 약 15%를 차지하고 있다. 즉, 최근 급격히 성장한 글로벌 초대형 기업들이 플랫폼을 통해 금융서비스 분야에 진출하고 있음을 알 수 있다.

[그림 · 표 6] GAFA 시가총액과 비중의 변화¹⁹⁾



19) 양용현, 이화령, 「미국의 플랫폼 반독점법안 도입과 시사점」, KDI, 2021.8.

3.2.2. 주요 금융플랫폼 현황²⁰⁾

현재 그 규모나 파급력에 있어 가장 영향력 있는 금융플랫폼은 앞서 언급한 미국의 빅테크 기업일 것이다. 대표적으로 e-커머스 시장을 장악한 미국의 아마존은 최초에 자신들이 가지고 있는 온라인 상거래의 결제 편의를 제공하기 위해 아마존페이(Amazon Pay)와 아마존캐쉬(Amazon Cash)라는 서비스를 통해 지급결제 분야에 진출하였다. 이것은 앞에서 살펴본 금융플랫폼 유형중 C유형에 해당한다.

아마존은 여기서 그치지 않고 자사의 플랫폼에 들어와서 상품과 서비스를 제공하는 거래기업(SME)에 대한 대출 프로그램을 제공하고 있으며, 최근에는 은행업 진출을 결정하였다. 아마존의 경우, 상거래 플랫폼을 기반으로 자신들이 가지고 있는 고객과 판매자의 네트워크를 금융분야에 적극 활용하였으며, 여기서 생산되는 다양한 데이터들은 자신들의 클라우드서비스(AWS) 사업을 통해 서비스 개선 등에 추가적으로 활용하고 있다.

애플의 경우도 유사한 분야에 진출하였다. 애플은 전세계적으로 가장 많은 모바일 사용자를 보유하고 있으며, 앱스토어라는 모바일 어플리케이션 분야의 독점적인 플랫폼을 소유하고 있는 빅테크 기업이다. 애플은 이를 활용하여 애플페이(Apple Pay)라는 온라인 지급결제 분야에 진출하였으며, 현재는 오프라인에서도 지급결제가 가능한 애플카드를 출시하기도 하였다.

애플의 이 같은 지급결제 분야 진출은 기존 금융시스템에 상당한 영향을 줄 것으로 보인다. 왜냐하면 자사 상거래 플랫폼을 통해 거래되는 물품에 한정하여 결제서비스를 제공하는 아마존과 달리, 애플페이는 우리가 사용하는 모든 일상의 결제에 사용될 수 있기 때문이다. 애플사의 모바일 단말기를 가지고 있는 사람들에게 애플페이는 락인효과(Lock-in)가 매우 크고, 다시 이러한 락인효과로 인해 애플사의 단말기를 더욱 많이 사용하게 되는 반복적인 네트워크가 발생하게 되므로 플랫폼 지배력에 있어 애플페이가 가져올 영향은 매우 클 것으로 보인다.

더욱이 애플은 단순 지급결제를 넘어 할부나 외상매출 같은 전통적 의미의 금융리스크가 수반되는 분야까지 그 영역을 확장해 나가고 있는 상황이다.

20) 삼정KPMG 경제연구원, 「빅테크를 통해 바라본 디지털 금융의 방향」, 2022.5.와 KB금융지주 경영연구소, 「해외 대형은행의 온라인 대출중개 플랫폼 활용과 대응 사례」, 2022.10.의 내용을 중심으로 요약 정리함

[그림 · 표 7] 아마존와 애플의 금융플랫폼 현황(삼정KPMG, 2022)

아마존 - 임베디드 금융, 금융 관련 클라우드 서비스 고도화

amazon

- Amazon Pay
- Affirm
- AWS
- Goldman Sachs

- 아마존은 전자결제 사업인 아마존 페이(Amazon Pay)를 중심으로 뱅킹 서비스를 자사 고객에게 맞게 조정하여 제공함으로써 디지털 뱅킹 서비스 적용을 확장하고 있음
- 2021년 8월에는 선결제후지불(BNPL) 핀테크 기업 어firm(Affirm)과 제휴를 맺고 아마존 페이에 BNPL 서비스를 제공하는 등 임베디드 금융(Embedded Finance)에도 적극적인 모습
- 아마존웹서비스(AWS)는 금융 관련 클라우드 서비스를 고도화하고 있으며 골드만삭스와 협업하여 2021년 12월 금융기관을 위한 금융 데이터 관리·분석 서비스 '파이낸셜 클라우드 포 데이터(Financial Cloud for Data)'를 출시하기도 함
 - 최근 디지털자산 결제 및 NFT 전문가 채용공고를 올리는 등 가상자산에도 관심을 보임

애플 - 개인정보보호 정책 강화 및 아이폰 중심의 생태계 조성

▲ 애플의 새로운 간편결제 방식 '탭 투 페이'

- 새로운 아이폰 운영체제 iOS 14.5 배포, '앱 트래킹 투명성(ATT)' 기능 강화(2021년 4월)
 - '사용자 동의 없는 개인정보 추적 금지'와 '맞춤형 광고 제한'으로 개인정보보호를 강화
- 골드만삭스와 함께 BNPL 서비스인 'Apple Pay Later' 서비스 준비 중(2021년 7월)
 - 애플페이로 결제 시 BNPL 옵션을 통해 무이자- 할부 등 이용 가능
- 추가 결제 단말기 없이 아이폰 자체를 단말기로 활용하는 간편결제 방식 '탭 투 페이(Tap-to-Pay)' 론칭 계획을 발표 (2022년 2월)
 - 애플페이뿐만 아니라 비접촉식 신용카드 및 직불카드, 디지털 지갑 등을 아이폰에 접촉해 결제 가능, POS기기 등 판매자, 생산자, 소비자 간 비접촉 결제에서의 애플 파급력 확대 가능

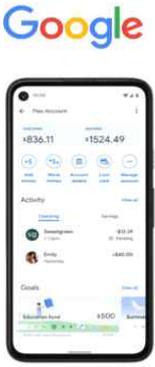
구글과 메타(구 페이스북) 역시 비슷한 측면에서 자사의 플랫폼을 활용하여 금융분야에 진출하였다. 다만 이들 기업의 영향은 아직까지는 아마존과 애플에 비해서는 크지 않은 상황이다. 구글의 경우, 구글 페이라는 서비스를 통해 지급결제 분야에 진출하였으며, 이후 미국 주요은행들과 제휴하여 은행계좌를 연동하려 하였으나 현재는 해당 프로젝트가 중단된 상황이다.

또한 메타의 경우, 통상적인 금융결제 및 통화 시스템에 기반한 기존의 간편결제·송금 서비스를 넘어서서 은행예금, 미국 국채 등 실물자산에 연동하여 가치가 보장되는 스테이블 코인(stable coin)으로 참여자간 결제와 송금 등에 사용가능한 가상통화 디엠(구 리브라)를 발행할 계획이었으나, 현재는 프로젝트의 진행 상황이 불분명한 상황이다.

다만 이 같은 메타의 접근은 다른 빅테크의 금융분야 진출과는 상당히 차별화된 측면이 있다. 왜냐하면 여타 빅테크들은 자신이 가진 기반 플랫폼을 활용해서 기존의 금융서비스와 유사한 서비스를 좀 더 편리하고 효율적으로 제공하는데 초점을 맞추고 있는 반면, 메타의 경우에는 가상통화라는 아직 제도화 되지 않고 기존의 금융시스템의 근간을 변혁할 수 있는 새로운 분야에 진출하려 했기 때문이다,

[그림 · 표 8] 구글과 메타(구 페이스북)의 금융플랫폼 현황(삼정KPMG, 2022)

구글 - 금융사와의 협업 유지하는 가운데 개인정보보호 강화



- 2021년 10월 자사 결제 애플리케이션 구글페이(Google Pay)에 시티그룹, 몬트리올 은행 등 은행 계좌를 연동하려 한 '플렉스 계좌(Plex Account)' 서비스 계획 중단 발표
- 구글은 금융회사의 디지털 강화를 지원하는 것에 초점을 맞추는 방향으로 전략을 수정할 것이라고 밝힘
- 구글은 플렉스 프로젝트 중단으로 구글 클라우드를 통한 디지털 뱅킹, 결제 생태계 개발에 더욱 힘쓸 것으로 전망
- 2022년 2월에는 '프라이버시 샌드박스(Privacy Sandbox)'라는 새로운 개인정보보호 정책을 발표
- 동 정책은 웹(크롬) 및 안드로이드 애플리케이션 개발자들이 이용자의 개인정보와 활동 이력을 수집하지 못하도록 하는 것이 핵심

▲ 구글의 플렉스 계좌 예시

메타 - 가상화폐 발행 좌초...메타버스 생태계로 성장 발판 준비



- 2021년 10월 메타버스 기업으로서의 이미지를 견고히 하기 위해 사명을 '메타(Meta)'로 변경
- 2021년 10월부터 가상화폐 디지털 지갑인 '노비(Novi)'를 출시하여 여 미국, 과테말라에서 시범운영 실시, 메타버스 프레임워크 및 플랫폼 내 NFT 지원 계획, 결제·금융서비스를 노비 브랜드에 통합한다고 발표
- 노비는 디지털 지갑 브랜드로서 메타의 스테이블 코인 프로젝트인 '디엠(Diem)'을 주도하고 있음. 기존 페이스북 페이(Facebook Pay) 등 관련 서비스가 노비 브랜드로 운영되며 브랜드 일원화
- 2022년 1월 가상화폐 개발 프로젝트 '디엠 어소시에이션(Diem Association)'을 실버게이트 캐피탈(Silvergate Capital)에 약 2억 달러에 매각하여 가상화폐 관련 사업에 재편이 이루어질 것으로 전망
- 한편 애플, 구글의 개인정보보호 강화 정책으로 비즈니스 모델에 대한 한계 직면
- 개인활동 정보를 바탕으로 광고 수익을 창출하고 비즈니스 모델 한계, 메타버스 기업으로의 전환 비용 증가, 이용자 수 감소 등 향후 사업 불확실성 증대

한편, 해외에서는 앞서 살펴본 빅테크 이외에 스타트업으로 시작한 중소 핀테크 기업들에 의해서도 금융플랫폼을 통해 다양한 금융서비스가 이루어지고 있다. 물론 이들의 규모는 빅테크 기업에 비해서는 매우 작은 수준이지만 플랫폼의 특성상 규모가 일정 임계치를 초과할 경우 급격히 성장할 수 있으며, 이들 역시 여러 기업 또는 금융회사들과 전략적인 제휴와 인수합병 등을 통해 빠르게 성장할 수 있다는 점에서 주목해서 살펴볼 필요가 있을 것이다.

이들은 금융업 라이선스가 없는 경우가 많기 때문에 직접 금융서비스를 제공하기 보다는 다른 기업의 금융서비스를 온라인 플랫폼에서 비교·선택할 수 있도록 해주는 중개 서비스에 특화되어 있는 모습이다. KB금융지주 경영연구소 (2022)에 따르면, 미국, 영국, 호주의 대표적인 온라인 대출중개 플랫폼은 각각 너드월렛(NerdWallet), 머니슈퍼마켓(MoneySupermarket), 모조(Mozo) 등이며, 대출, 신용카드, 보험, 입출금 계좌 등 다양한 금융상품의 정보를 제공하는 서비스를 제공하고 있다.²¹⁾

중국의 알리바바와 일본의 라인(네이버 자회사)은 지급결제 서비스로 금융업 진출 후 별도의 금융그룹을 설립(엔트파이낸셜, 라인파이낸셜)하여 은행, 증권 등 다양한 금융사업으로 확대 중에 있으며, 영국의 레블루트, 독일의 N26는 수수료 없는 결제·해외송금을 핵심서비스로 고객을 확보한 뒤 은행업, 보험·펀드 판매 등 플랫폼으로 확장하며 유니콘 기업으로 성장해 나가고 있다.

21) 미국 핀테크 너드월렛은 2009년 설립되어 미국, 영국, 캐나다에서 영업 중으로 2021년 12월기준 월간활성 이용자수(MAU)는 2천만 명으로 미국 국민의 약 6%에 해당하는 수준이다. 영국 핀테크 머니슈퍼마켓은 1993년 설립되었으며 금융상품 외에 전기와 가스, 인터넷과 모바일 요금제 비교 서비스도 제공하고 있는데 2022년 7월 기준 가입자수는 1,080만 명으로 영국 국민의 약 15.8%에 해당한다.

[그림 · 표 9] 글로벌 빅테크 · 핀테크 기업의 주요 금융서비스 제공 현황

구분	지급결제	온라인 대출	자산관리	보험
알리바바	AliPay	MYBank	Yu'e Bao (글로벌 최대 MMF운용)	온라인 보험사 중안보험 공동 설립
	중국 최대 모바일 결제 플랫폼	시골지역 중소기업 및 온라인 상점 대출		
텐센트	Tenpay	WeBank	뮤추얼펀드 라이선스 획득	
	중국 상위 2번째 모바일 결제 플랫폼	개인 소액대출		
바이두	Baidu Wallet	Baixin Bank	-	조인트벤처 설립 (알리안츠, 힐하우스 캐피탈)
	페이팔 협력	금융상품 및 소액 대출		
구글	Google Pay	P2P대출	-	구글컴페어 (보험비교사이트)
	신용카드 네트워크 활용	렌딩클럽(P2P) 제휴		
아마존	Amazon Pay	아마존 렌딩	-	보험가격비교사이트 설립, JP모건체이스 및 버크셔해서웨이와 함께 헬스케어 회사 설립
	신용카드 네트워크 활용	중소기업 또는 물류·배송업체에 대한 저금리 대출		
페이스북	Messenger Pay	Chrged (광고비 후불 서비스)	-	-
	신용카드 네트워크 활용	캐나다 핀테크 회사인 클리어뱅크와 제휴		
애플	Apple Pay	-	-	알리안츠 사이버보험 할인 제공
	신용카드 네트워크 활용	-		
마이크로소프트	Microsoft Pay	-	-	-
	신용카드 네트워크 활용	-		

한편, 전통적인 금융업권인 은행권도 빅테크와 핀테크의 금융플랫폼 진출에 따라 덤파이프(dumb pipe)로 전락할 가능성을 우려하며, 그동안의 단순 지점을 통한 영업에서 벗어나 플랫폼으로의 진화를 모색하고 있는 모습이다. 다만, 글로벌 대형은행들은 대출중개 서비스가 일부 소비자를 위한 니치(niche) 서비스라는 인식이 있어 중소 규모 핀테크 중심의 온라인 대출중개 플랫폼이 기존 대형은행의 비대면 상품 판매 채널을 잠식할 수 있는 정도의 영향력이 없다고 판단하고 있는 것으로 보인다.

따라서 이들은 주로 온라인 대출중개 플랫폼을 주로 사용하는 고객을 대상으로 이들이 자주 찾는 상품에 한정하여 플랫폼 채널을 활용하고 있는데, 김준산 (2022)²²⁾에 따르면, 웰스파고, 산탄데르 등 해외 대형은행들은 신용대출, 모기지, 오토론 등 일부 상품에 한해 각국의 대표적 온라인 대출중개 플랫폼을 활용하여 상품 정보를 제공하고 있다.

구체적으로 살펴보면, 웰스파고는 2022년 상반기에 사용자 사용방식을 개선한 모바일 앱을 출시하면서 소비자에 질의에 답하고 상품을 추천해주는 AI 시스템 ‘파고(Fargo)’ 개발을 추진했으며, 해당 플랫폼은 현재로서는 자사 상품 정보 제공을 위한 채널로만 활용하고 있다.

씨티은행은 2021년 9월 중소기업을 지역 대출기관과 연계해주는 대출중개 서비스 ‘브리지 빌트 바이 씨티(Bridge built by Citi)’를 출시하여 시범적으로 운영 중이다. 통계 분석 업체 스타티스타(Statista)에 따르면, 2019년 미국 금융 소비자의 12퍼센트가 온라인 대출중개 플랫폼을 활용한 것으로 조사되었는데 사업 초기임을 감안 할 때 결코 적은 비율이라고 보기 어렵다.

해외에서 보여주는 금융플랫폼중에 의미있는 사례중 하나는 금융과는 직접 관련이 없어 보이는 전통적인 제조분야에서 금융플랫폼으로 진출하려는 움직임이다. 테슬라는 자신들이 가지고 있는 자율주행 기술과 사고 발생 확률 등을 이용하여 자신의 차량 구입 고객들에게 자동차 보험을 판매하는 사업을 추진하고 있다. 산업의 금융지배를 방지하는 금산분리 원칙은 글로벌 스탠다드의 성격을 가지고 있는데, 이는 전통적으로 대규모 자본을 가진 산업이 금융마저 지배하는 것을 방지하는데 초점을 맞추고 있다. 그런데 이 테슬라 사례를 좀 더 구체적으로 살펴보면, 제조기업의 자본력이 아니라 데이터와 기술이 기반이 되어 금융업 분야로 진출하는 것으로 기존의 금산분리 사례와는 상당한 차이가 있다. 이에 대해서는 뒤에서 별도의 내용으로 정리해 놓기로 한다.

22) 김준산, 「해외 대형은행의 온라인 대출중개 플랫폼 활용과 대응 사례」, KB금융지주 경영연구소, 2022.10.

<별첨1 : 해외 금융플랫폼 사례 : 테슬라의 자동차 보험업 진출 사례>

테슬라는 2019년 9월에 미국 캘리포니아주에서 처음으로 자사 차량에 대한 자동차보험 서비스를 제공한 이후 2021년 10월부터 텍사스주로 서비스를 확대하였으며, 앞으로 미국 전 지역 및 캐나다, 유럽 등으로 자동차 보험업을 확대할 계획이다. 현재 테슬라의 자동차 보험은 미국의 관련 법률에 따라 전통적인 보험회사와 제휴하여 제공되나, 보험업에서 가장 중요한 보험심사, 보험료 책정, 보험가입자 모집 및 보험료 지급 등을 테슬라가 직접 처리함으로써 사실상 보험업을 영위한다고 볼 수 있다.

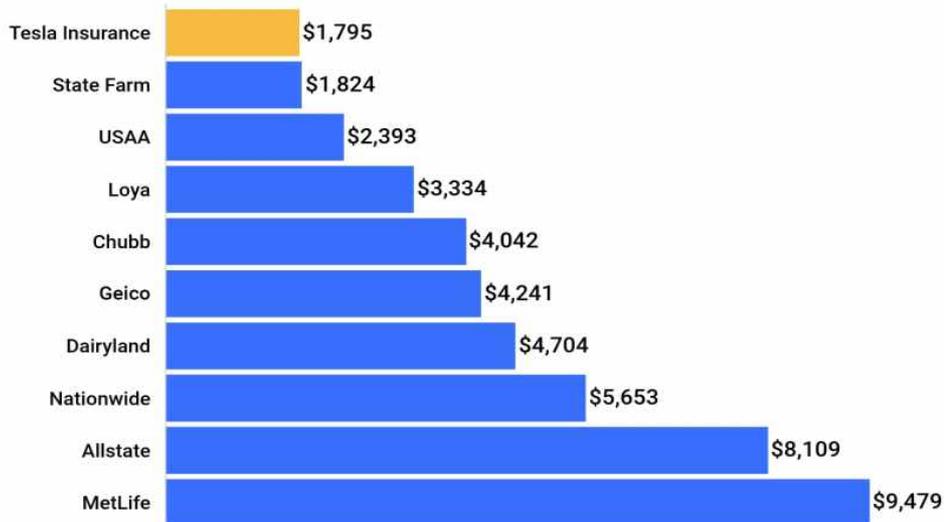
테슬라의 보험업 진출은 앞서 분류한 금융플랫폼 4개 유형과는 다른 특성을 지니고 있으며, 일반적인 산업의 금융업 진출과도 매우 상이한 측면이 있어 이러한 방식이 앞으로 계속 확대될 경우 금융산업에 미치는 영향은 상당할 것으로 보인다.

먼저, 테슬라의 자동차 보험 서비스가 어떤 특징이 있고 그 특징에 따라 금융플랫폼에 해당하는지 그리고 통상적인 산업의 금융진출과 어떻게 다른지를 살펴보면, 테슬라 자동차 보험의 경우, 자동차 운전자의 사고 위험에 따라 보험료가 측정된다는 점은 기존 보험과 유사하나 기존 보험이 연령, 운전기간, 성별 등 일반적인 운전자 데이터를 사용하여 위험을 측정하는 반면, 테슬라 보험의 경우 8개의 차량용 카메라를 통해 실제 운전자의 운전 습관과 사고 위험 등을 측정하는 등 특정 운전자의 데이터를 사용한다는 차이점이 있다. 이러한 방식에 따라서 운전자는 보험 제공자인 테슬라와 지속적인 상호작용을 하게 된다.

한편, 테슬라는 자사의 보험에 가입한 운전자들이 많아질수록 개별 운전자들로부터 운전 데이터를 많이 보유하게 되며 이를 통해 보다 정확한 사고위험과 정교한 보험료 산출이 가능해진다. 특히 자율주행²³⁾을 기반으로 하는 차량의 특성으로 인해 많은 운전자들의 주행 데이터가 축적될 경우, 향후 자율주행 시스템을 완성하는데 큰 기반이 될 수 있다. 이는 중국적으로 자율주행 고도화에 따른 운전 편의 증가 및 보험료 하락으로 연결도;ㄴ디. 이렇듯 테슬라 자동차 보험을 통해 개별 운전자와 회사간에 상호작용을 하며, 이를 이용하는 소비자가 증가할수록 회사는 더욱 정교한 운전시스템 및 보험서비스를 더 낮은 가격에 제공할 수 있으며, 결과적으로 이용자의 소비 편익을 증가시킨다는 점에서 기본적으로 플랫폼 구조를 가지고 있다고 할 수 있다. 뿐만 아니라, 향후 자율주행 완성시

자동차 산업은 다양한 엔터테인먼트를 비롯한 여러 서비스와 연동되면서 플랫폼 구조가 더욱 견고해 질 것으로 예상된다.

Cost to insure a Tesla in Texas



한편, 일반적인 산업의 금융업 진출은 특정 산업에서 가지고 있는 경쟁력을 바탕으로 구축한 자본력을 통해 금융업에 진출하는 방식이다. 예를들어 우리나라의 경우, 미국과 달리 금융자체의 자본축적이 오래되지 않았고 따라서 삼성, 현대 등과 같은 대기업들이 산업분야에서 축적한 자본력을 바탕으로 보험업, 신용카드업, 리스업 등에 제한적으로 진출할 수 있도록 허용했다. 그러나 산업분야와 금융분야는 특별한 기술적 관련성을 가지고 있지 않았으며, 오히려 자사의 산업분야에 자금을 제공하는 역할이나 사금고 역할이라는 부정적 측면이 부각되면서 산업의 금융지배에 대한 통제방안 등 금산분리 규제에 초점이 맞춰져왔다.

반면, 이번 테슬라의 자동차 보험업 진출은 테슬라가 제조사로서 가지고 있는 자율주행 등 기술적 역량과 보험가입자의 운전 위험 등을 측정하는 능력이 매우 밀접한 관련을 가지면서 사실상 기술적으로 유사한 분야에 진출하는 효과가 있다고 볼 수 있다. 따라서 단순히 산업자본이 자본력을 바탕으로 금융에 진출한 것으로 단순하게 평가하기 어려우며, 그 기대효과와 향후 소비자 편익 증가 가능성, 시장 독점에 따른 부정적 효과 등을 종합적으로 고려할 필요가 있을 것이다.

23) 테슬라는 종국적으로 완전 자율주행(5단계)을 목표로 하고 있으나 현재는 운전자의 운전을 보조하는 수준의 자율주행장치(2~3단계)를 가지고 있음. 다만 현재 운전자의 운전데이터와 반 자율주행의 주행기록 등을 데이터로 확보하면서 이를 통해 최종적인 완전 자율주행 시스템을 구축하고 있는 상황.

3.3. 국내 현황

우리나라의 경우, 발전된 IT 기술과 높은 스마트폰 보급률, 인터넷 친화적인 인프라 환경 등으로 금융플랫폼이 성장할 수 있는 환경적 요인은 우수한 편이다. 그리고 주요 선진국에 비해 상대적으로 낮은 제도권 금융 접근성 등은 새로운 형태의 금융서비스인 금융플랫폼이 발전할 수 있는 토대로 작용할 가능성이 높다. 다만 국내에서도 금융플랫폼이 속속 등장하고 있으나 아직은 그 규모나 서비스의 범위에 있어 초기 수준으로 평가할 수 있다.

조금 더 구체적으로 살펴보면, 우리나라의 금융플랫폼은 크게 4가지 형태로 출현하고 있다고 볼 수 있다. 하나는 지난 2020년에 시행된 「인터넷전문은행 설립 및 운영에 관한 특별법」에 따라 설립된 인터넷전문은행이다. 이들은 그 설립목적 자체가 인터넷 인프라를 활용한 금융서비스 제공에 있기 때문에 금융플랫폼의 기능을 일부 제공할 수 있다. 다만, 이 법률은 기본적으로 전통적인 은행업을 전제하고 있어, 플랫폼에 특화된 다양한 금융서비스를 제공하거나, 네트워크 효과를 활용하는 측면에 있어 소비자보호나 규율하는 측면에서는 한계점을 가지고 있다.

현재, 카카오뱅크, K뱅크, 토스뱅크 등 총 3개의 인터넷전문은행이 영업중에 있다. 가장 먼저 인터넷전문은행 사업을 시작한 카카오뱅크가 선두권에서 기존 은행들과 경쟁하고 있으며, 기존 은행들과 달리 모바일 전용, 데이터 기반의 신용대출, 소액 저축 등 새로운 분야를 집중적으로 공략하고 있다. 한편, 가장 늦게 출범했으나 플랫폼의 영향력이 가장 큰 인터넷전문은행은 토스 은행이다. 토스는 간편송금 스타트업으로 시작하여, 별도의 자체 사업 없이 순수하게 송금분야에서 고객을 모집하여 2022년 1분기 기준 유월간 이용자수가 1,427만 명(전체 국민의 약 27.7%)에 이르고 있다. 이를 기반으로 2019년 8월 대출중개 서비스 시작 이후부터 2022년 7월 말까지 누적 대출 실행액이 약 14조원, 누적 이용자 수는 460만 명에 달하는 등 빠르게 성장하고 있다.

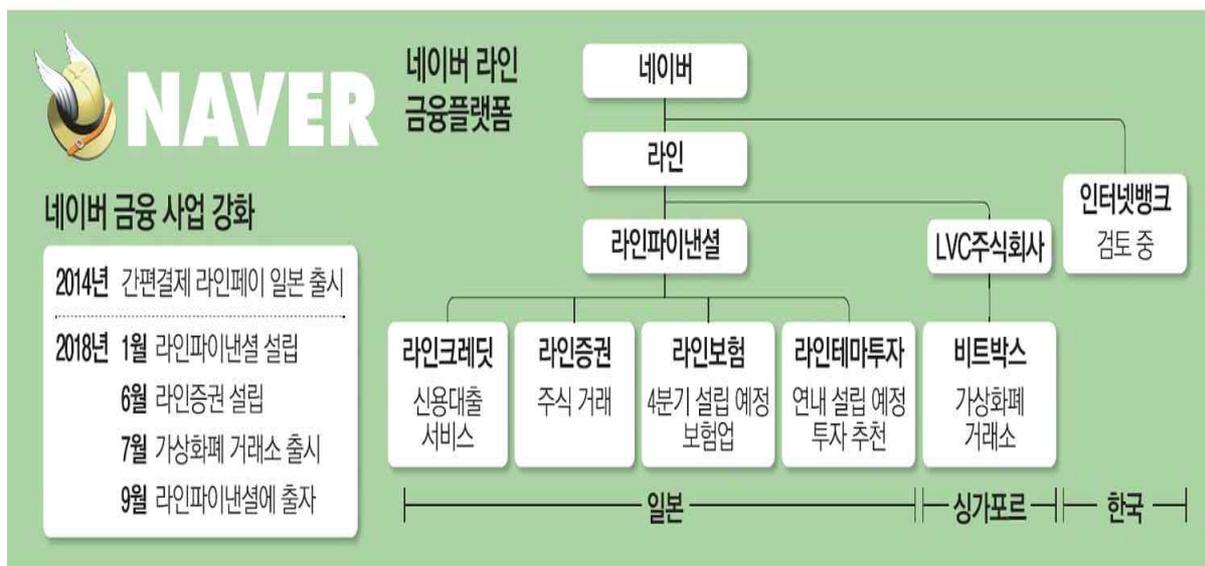
두 번째 유형은 해외 빅테크 기업과 같이 상대적으로 규모가 큰 IT 기업이 금융서비스를 제공하는 방식이다. 우리나라의 카카오나 네이버는 바로 대표적인 빅테크 금융플랫폼이라고 할 수 있다. 다만 이들의 규모는 해외 빅테크에 비해서는 상대적으로 작은 수준이라 할 수 있고, 전통적인 금융회사인 은행들에 비해서도 압도적인 규모를 보여주지는 못하고 있다. 자

사의 경쟁력 있는 플랫폼과 빅데이터 처리 기술 등은 향후 금융플랫폼 시장에서 높은 경쟁력을 보여줄 것으로 기대되지만 현재까지는 그 규모나 범위에 있어서는 여전히 가야 할 길이 멀다고 할 수 있다. 여기서 특히 주목할 점은 금융플랫폼에서는 기존의 금융산업과 달리 국가간 경계가 높지 않다는 것이다. 즉 우리나라 안에서만 가지고 있는 네트워크로는 해외 빅테크 중심의 금융플랫폼에 대해 경쟁력을 갖기가 어려움을 시사한다.

구체적으로 살펴보면, 앞서 언급한 카카오뱅크와 카카오페이 등을 계열사로 두고 있는 카카오는 현재 우리나라에서 가장 많은 플랫폼 고객을 확보하고 있는 금융플랫폼 사업자라고 할 수 있다. 카카오는 사실상 국내 유일의 모바일 메신저 비즈니스를 바탕으로 고객을 확보하고 인터넷전문은행, 모바일 결제, 모바일 증권 등으로 금융서비스를 확장해 나가고 있다. 카카오페이는 2022년 6월 기준 월간 이용자 수가 2,156만 명(전체 국민의 약 41.8%)이고 누적 가입자 수는 3,815만명(전체 국민의 약 73.7%)에 달한다.

우리나라 빅테크의 다른 한 축은 네이버이다. 네이버는 온라인 검색에서 시작해서 온라인 쇼핑으로 사업을 확장하였으며, 이를 바탕으로 금융업무에 진출하였다. 특히 네이버는 우리나라에서는 아직 간편결제와 온라인 거래시 결제지원 수준에 머물고 있으나, 일본, 동남아 등에서 성공한 LINE(모바일 메신저)의 시장 지배력을 기반으로 2014년 LINE Pay로 금융분야에 진출한 뒤 2018년 해외계열사인 LINE 파이낸셜을 설립하여 일본에서 증권, 보험, 인터넷은행 등에 진출하며 금융플랫폼을 구축하고 있다.

[그림 · 표 10] 네이버 금융플랫폼(매일경제, 2018.10.16.)



세 번째 유형은 스타트업으로 시작하여 금융서비스를 제공하는 핀테크 기업이라고 할 수 있다. 이들의 경우, 전자상거래법상 통신판매업자(신고업무)로서 온라인상에서 금융상품(카드, 보험, 대출 등)을 단순 비교해 주거나 금융상품을 소개하는 등 서비스 범위가 제한적(온라인 광고)이고, 규모 자체가 영세하기 때문에 아직 두드러지는 모습을 보여주고 있지는 않다. 다만 여러 은행들과 제휴하면서 그동안 제공되지 않던 대출상품 비교추천 서비스나, 간편 해외송금, 통합 자산관리 서비스 등 다양한 분야에 진출하고 있으며, 플랫폼의 특성상 향후 대규모 기업으로 성장할 가능성을 배제하기는 어렵다. 특히, 금융규제 샌드박스를 통해 대출모집인 1사 전속 규제를 일정 기간 동안 면제받게 됨에 따라 앞으로 대출상품 비교·판매 등 보다 종합적인 금융플랫폼 서비스로 확대될 수 있는 상황이다.

마지막으로는 기존 은행들의 플랫폼으로의 전환이다. 우리나라 금융회사 역시 여타 해외 금융회사와 같이 플랫폼에 대한 경계심을 가지면서도 여전히 금융플랫폼 시장은 전체 금융시장의 작은 일부 정도로 생각하는 경향이 있다. 따라서 실제 플랫폼을 지향하고 있는 은행들도 자사 상품 이외에 여타 다른 금융회사의 상품을 적극적으로 취급하지는 않고 있으며, 핀테크 회사와 제휴를 통해 고객 접점을 확보하고 고객의 데이터를 확보하는데 집중하고 있다. 즉 여전히 플랫폼을 고객에 대한 판매채널 혹은 마케팅 채널 수준에서 다루고 있는 실정이다. 다만 2019년 금융위 주로도 오픈뱅킹 시스템²⁴⁾이 출범함에 따라, 핀테크 기업뿐만 아니라 은행업, 카드업, 증권업 권들도 금융플랫폼 경쟁에 적극적으로 참여할 유인이 생겼으며, 향후 기존 금융업권에서 강력한 금융플랫폼 출현도 기대해 볼 수 있는 상황이다.

[그림·표 11] 오픈뱅킹 개념도



24) 오픈뱅킹은 핀테크기업과 은행이 개별은행과 별도 제휴 없이 핀테크 서비스를 소비자에게 원활하게 제공할 수 있도록, 조회·이체 등 핵심 금융서비스를 표준화된 오픈API 형태로 제공하는 은행권 공동의 개방형 인프라(「오픈뱅킹 추진 현황 및 향후 계획」, 금융위원회 보도자료, 2019.10.30.)

3.4. 소결

지금까지 살펴본 국내외 금융플랫폼 현황을 정리해 보면 다음과 같다. 첫째, 그 규모나 범위에 차이가 있지만 해외나 국내 모두 유사한 유형의 금융플랫폼이 존재한다는 것이다. 대표적으로 1)금융회사가 아닌 빅테크 기업이 자사의 플랫폼의 경쟁력을 기반으로 금융분야에 진출하는 경우, 2)규모가 작은 스타트업으로 시작했지만, 특화된 기술과 다양한 제휴 및 인수 합병 등을 통해 금융플랫폼을 확장해 나가는 경우, 3)기존 금융회사로서 아직은 소극적이지만 장래 플랫폼 경쟁에 대비하여 금융플랫폼을 구축해 가는 경우로 나누어 볼 수 있다.

둘째, 금융플랫폼의 규모인데, 결과론적으로 아직 국내외 모두 금융플랫폼을 통해 이루어지는 서비스가 전통적인 금융서비스에 비해서는 크지 않다. 그러나 그 이면을 살펴보면 전혀 다른 결론을 얻을 수 있다. 앞서 논의했던 것처럼 플랫폼의 핵심은 고객 네트워크에 있다.

현재 빅테크나 여러 핀테크 기업들이 가지고 있는 고객 네트워크를 보면 기존의 금융회사와는 비교도 안 될 정도로 큰 규모이며, 사실상 고객 유치가 가능한 대부분의 고객을 보유하고 있다는 것이다. 얼마든지 상황에 따라 기존 금융산업을 완전히 변혁시킬 잠재력을 가지고 있는 것이다. 이미 지급결제 부분에서는 기존 시장을 상당부분 잠식하고 있고 이러한 추세는 앞으로 더욱 빨라질 것이다.

셋째, 앞의 두 가지 측면과도 연결된 것으로 금융플랫폼의 규모와 범위의 스펙트럼이 매우 넓다. 일반적으로 금융회사들은 금융업태에 따라 분류가 되며, 동일한 업태를 가진 기업간의 규모나 서비스의 차이가 크지 않은 특징이 있다. 그러나 금융플랫폼은 수익원도 안되는 작은 기업부터 수백조에 이르는 규모를 가진 기업까지 그 스펙트럼이 매우 넓은 상황이다. 제동되는 서비스를 보면, 자금의 이동이 없어 사실상 금융측면 리스크가 없는 비즈니스부터, 자금중개 등 사실상 은행과 같이 가장 큰 금융리스크를 가진 서비스도 존재한다. 그리고 금융리스크 이외에도 개인의 데이터 보호 라는 새로운 차원의 리스크 유형을 볼 수 있다.

이러한 금융플랫폼의 현황들은 금융플랫폼을 제도화 하는데 있어 매우 큰 시사점을 제공한다. 다양한 유형의 플랫폼을 포섭할 수 있어야 하며 규모와 범위에 따라 규율방식도 탄력성을 가져야 할 것이기 때문이다.

<별첨2 : 오픈뱅킹 성과²⁵⁾>

1. 이용실적

- (가입자 및 등록계좌수) 출범 이후 가입자, 등록계좌 수는 지속 증가하여 '21.12월 현재 **3천만명**(순가입자수)의 **가입자가 1억개**(순등록계좌수)에 이르는 **계좌를 참여기관 오픈뱅킹 앱에 등록**하여 이용하고 있습니다.
 - * 국내 경제활동인구(2,853만명, '21.10월 기준) 대비 약 105%가 오픈뱅킹 가입자
 - ** 중복포함 시 가입자수 1.1억명, 등록계좌수 2.1억개
- (이용현황) 출범 2년 만에 **누적 거래량이 83억8천만건**을 넘어섰으며, **매일 약 2천만건·1조원의 거래**가 오픈뱅킹을 통해 처리되고 있습니다.
- 전체적으로 **잔액조회(68%), 출금이체(21%), 거래내역 조회(6%) 등 계좌 관련 기능의 이용 비중이 높은 편**이며, 최근 추가된 카드 및 선불정보 관련 기능도 꾸준히 이용량이 증가하고 있습니다.



- (참여기관수) 은행·핀테크기업으로 시작된 참여기관을 타 금융업권으로 확대하여 현재 **120개 참여기관의 앱**에서 이용이 가능합니다.

[오픈뱅킹 참여기관]

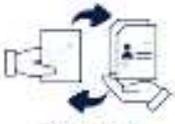
금융회사				핀테크기업		합계
은행	상호금융	금투사	카드사	대형	중소형	
19	7	18	8	51	17	120

2. 오픈뱅킹 서비스의 성과

- ① (금융인프라의 전면 개방) 오픈뱅킹은 그동안 폐쇄적이었던 금융인프라를 시장에 전면 개방하는 제도적 혁신을 이루어 냈습니다.

구 분	개방 효과
 (핀테크기업)	<ul style="list-style-type: none"> 별도 제휴 없이 모든 금융회사에 접근이 가능 이체·송금 분야에서 획기적인 비용절감 ⇒ “본질적인 대고객서비스 혁신에 주력”
 (금융회사)	<ul style="list-style-type: none"> 전국민 대상 서비스 제공을 통한 신규 고객 확보 핀테크기업과의 경쟁·협력을 통한 신규 비즈니스 기회 창출 ⇒ “플랫폼으로서 बैं킹의 전환하는 계기”
 (금융소비자)	<ul style="list-style-type: none"> 하나의 앱으로 금융서비스 One-Stop 이용 고객 니즈에 맞는 다양한 상품 등장으로 금융서비스 선택의 폭 확장 ⇒ “새로운 금융경험 및 이용편의 증진”

- ② (지속적인 고도화) 출범 이후에는 오픈뱅킹이 핵심 인프라로 기능할 수 있도록 확장성, 형평성 및 안정성 관점에서 고도화를 추진하였습니다.

구 분	고도화 주요 추진사항
 (확장성)	<ul style="list-style-type: none"> 참여업권 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 상호금융(‘20.12월), 금투사(‘20.12월), 카드사(‘21.5월) 추가 확대 이용가능계좌 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 입금 가능계좌에 예·적금 추가(‘20.12월)
 (형평성)	<ul style="list-style-type: none"> 상호주의 원칙에 따라 참여업권 간 데이터 상호개방 의무화 <ul style="list-style-type: none"> - 핀테크기업의 선불충전금 정보 조회 실시(‘21.7월) 균형잡힌 수수료 체계 마련 <ul style="list-style-type: none"> - 조회 수수료 수준의 합리적 조정(‘21.1월)
 (안정성)	<ul style="list-style-type: none"> 핀테크기업 보안관리 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 사전 보안점검 강화 및 사후 보안관리 도입(‘21.7월) 보안 모니터링 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 이상거래탐지시스템(FDS) 고도화(‘21.12월)

③ (소비자 편익) 오픈뱅킹을 통해 새로운 금융서비스와 금융소비자의 편익이 지속적으로 늘어나고 있습니다.

① 금융소비자는 일상에서 다양하고 새로운 금융서비스를 이용할 수 있게 됨으로써 금융생활의 편의성이 대폭 개선되었습니다.

■ [사례1] 직장인 F씨는 매일 급여일마다 4~5개의 은행 앱에 접속하여 월급통장, 생활비 통장 등 각종 통장 관리를 해야 하는 번거로움이 있었으나, 주거래은행 앱 하나로 수수료 없이 "타은행 간 자금이체"를 할 수 있게 되면서 손쉬운 계좌 관리 가능(출금·입금이체 활용)

■ [사례2] 평소 지갑을 잘 들고 다니지 않는 대학생 G씨는 친구들과 함께 점심을 먹을 때마다 채팅 앱에 연동된 "더치페이 서비스"를 이용하여 현금 없이도 빠르고 간편하게 1/N 정산(출금이체 활용)

■ [사례3] 직장인 H씨는 유학중인 동생에게 용돈을 보내고 있는데, 최근 지인에게 추천받은 "해외송금앱"을 통해 용돈을 보낼 때마다 2%의 수수료를 절감(출금이체 활용)

■ [사례4] OO도에서 카드형 지역화폐를 발급받은 주부 I씨는 실시간 충전이 가능한 "지역화폐 앱"을 이용하여, 지역 내 가맹점에서 생필품 구매 시 편리하게 결제(출금이체 활용)

② 금융회사는 오픈뱅킹과 연계하여 간편송금·자산관리 등 종합금융 서비스 제공 하는 등 금융서비스의 플랫폼 강화에 집중하고 있습니다.

■ [사례1] D은행은 당행·타행 계좌 구분 없이 "손쉬운 자금 이체", 전 금융사 계좌 중 "원하는 계좌만 선택 관리"할 수 있는 기능 추가 등 뱅킹 앱을 개편하고, 타행 계좌의 자금으로 당행 금융상품 가입 시 특별 금리 제공 등 이벤트를 통해 신규 고객 유치(출금·입금이체, 잔액, 거래내역조회 활용)

■ [사례2] E카드사는 최근 자사 앱에서 타 카드사의 결제일까지 한번에 관리할 수 있는 "통합 결제알림 서비스"와 결제대금 부족자금에 대한 "결제계좌 금액보충 기능"을 출시(카드정보조회, 출금이체 활용)

③ 핀테크기업은 오픈뱅킹 생태계를 통해 기존 서비스의 확장 외에도 혁신 아이디어를 접목한 특화 서비스까지 활발히 출시하고 있습니다.

■ [사례1] "가계부관리" 앱을 운영하는 핀테크 A사는 개별 채류 비용에 대한 부담으로 일부 금융사에 한정된 서비스 제공을 하고 있었으나, 오픈뱅킹 출범 이후 기존 앱을 개편하여 전 금융사에 대한 서비스 제공 및 자산관리 등 기능 확장 중(잔액, 거래내역조회 활용)

■ [사례2] 핀테크 스타트업 B사는 최근 젊은 세대를 중심으로 소액 투자의 수요가 많다는 점에 착안하여, 커피 등 상품 구매 시 잔돈(1,000원 이하)을 적립하고 매주 적립된 잔돈을 해외주식에 투자하는 "잔돈투자 서비스"를 런칭(출금이체 활용)

■ [사례3] 지역생활 중고거래 플랫폼인 C사는 회원들간에 거래가 성사되면 실제 거래 대금 지급을 현금이나 별도 앱을 통해 송금하고 있는 불편함을 개선하기 위해, 앱 내에서 "간편결제 서비스" 제공을 준비 중(출금이체 활용)

4. 금융플랫폼 규제·제도화 현황

4.1. 플랫폼 규제 개괄

국내외 금융플랫폼에 대한 규제 현황을 살펴보기에 앞서, 플랫폼이라는 특수한 대상에 어떠한 규제가 적용될 수 있는지를 미리 알아볼 필요가 있다. 이러한 과정을 통해 이후에 여러 나라들의 금융플랫폼 규제가 가지는 의미나 그 효과를 파악하는데 도움을 얻을 수 있다.

황현아 (2019)²⁶⁾에 따르면 플랫폼 규제는 크게 두 가지의 측면에서 고려될 수 있다. 먼저 서비스의 내용과 관련해서 해당 산업에서 요구되는 인허가 및 영업행위에 대한 규제 (이하 ‘영업규제’)가 있다. 또한, 플랫폼의 본질적 특성으로 인해 발생하는 독과점 등 경제력 집중에 대한 규제(이하 ‘독점규제’)가 있다. 플랫폼에 대한 규제는 크게 이 두 가지로 나뉜다.

이를 금융플랫폼의 관점에서 조금 더 자세히 살펴보면, 영업규제의 경우 금융플랫폼에 대한 인허가 정책을 어떻게 할 것인지, 금융소비자 보호를 위한 규제는 어떻게 반영할 것인지, 금융플랫폼으로 인한 금융시장의 불안 방지하기 위한 건전성 확보 장치는 무엇인지 등 금융플랫폼의 서비스 내용과 성격에 관한 문제를 다루게 된다.

반면, 독점규제의 경우, 특정 금융플랫폼에 경제력이 집중되어 시장 지배적 지위가 남용되는 것을 어떻게 방지할 것인지, 그리고 불공정 거래행위를 어떻게 제한할 것인지 등 플랫폼의 지배력에 관련하여 다루게 되는 것이다.

앞서 살펴본 바와 같이 현재 금융플랫폼들은 고객의 데이터 자산을 확보하는데 중점을 두고 있다. 이는 많은 고객의 데이터를 가질수록 질 높은 서비스를 제공할 수 있고, 고객의 네트워크 효과를 최대한 활용할 수 있는 등 기업 경쟁력에 지대한 영향을 미치기 때문이다. 그리고 이러한 고객 정보의 우위는 금융플랫폼 시장에서 상당히 강력한 진입장벽으로 활용될 수도 있다. 따라서 “영업규제”나 “독점규제” 외에 “데이터규제”의 측면에서도 플랫폼 규율체계를 살펴볼 필요가 있을 것이다. 또한 “영업규제”의 경우에는 국가별로 규율체계가 상이하기는 하나, 다수의 국가들이 업권별 인허가 정책을 가지고 있는 경우가 많다. 따라서 하나의 규제로 통합해서 보기 보다는 “진입규제”와 영업행위 자체를 규율하는 “영업행위 규제”로 나누어 살펴보는 것이 규율체계를 이해하는데 보다 도움이 될 것

26) 황현아, 「플랫폼 규제의 현황과 과제: 미국의 논의를 중심으로」, 보험연구원, 2021.9.

이다. 한편, 종래에 있던 규제와 달리 플랫폼이라는 새로운 구조에 대한 규율이므로 위에서 언급된 4가지 규율체계를 이해함에 있어서 항상 플랫폼이라는 구조에 유의해서 살펴보는 것이 바람직하다.

[그림 · 표 12] 금융플랫폼 규제 체계

규제 유형	주요내용	소관
진입규제	금융플랫폼 비즈니스에 대한 인허가 규제	금융위원회
영업행위규제	금융상품의 판매, 중개 등과 관련된 규제	
독점규제	금융플랫폼의 시장 지배력에 대한 규제	금융위원회 · 공정위원회
데이터규제	고객 데이터의 보유 및 활용 등에 관한 규제	금융위원회 · 개인정보보호위원회

4.2. 글로벌 현황²⁷⁾

4.2.1 주요국 규제 현황

미국과 EU 등 주요 국가들은 앞서 살펴본 금융플랫폼 규제 체계 중에서 공정경쟁 이슈를 중심으로 한 독점규제와 고객의 정보 보호를 도모하는 데이터규제를 중심으로 법규제 체계를 정비해 나가고 있는 것으로 보인다. 이는 미국과 유럽과 같은 금융선진국의 경우, 비교적 금융업 진입장벽이 유연하고 영업규제 역시 사전적인 규제보다는 사후적인 규제 중심으로 이루어져 있기 때문이다. 또한 빅테크 등 금융플랫폼을 운영하는 기업들의 규모가 세계적으로 매우 큰 규모이고, 특히 고객의 정보를 상당히 적극적으로 활용하고 있다는 점에서 독점규제와 데이터규제에 집중하는 것은 자연스러운 모습이다. 이를 좀 더 구체적으로 살펴보면 몇 가지 관점에서 규제체계가 정비되고 있음을 확인할 수 있다.

첫째, 사후적 규제의 효과가 제한적이라는 점에 대한 대응으로 기관별(entity-based) 규제, 사전적 규제를 도입하는 것이다. 즉, 플랫폼의 크기

27) 이순호, 「온라인 플랫폼 및 빅테크에 대한 반독점 강화정책의 해외 동향 및 국내 규제감독에 대한 시사점」, 2021.10. 내용을 참고하여 작성함.

등을 기준으로 규제의 대상이 되는 플랫폼 사업자를 사전적으로 정해 놓고, 해당 사업자의 의무와 금지 사항을 규정하는데, 미국의 경우 2021년 6월 플랫폼 기업 규제²⁸⁾를 위한 5개의 패키지 법안이 하원 법제사법위원회를 통과했다. 여기에 따르면 플랫폼의 크기 등을 기준으로 규제의 대상이 되는 플랫폼 사업자를 사전적으로 정해 놓고, 해당 사업자의 의무와 금지 사항을 규정하는 것이다. 이렇게 지정된 플랫폼을 지정플랫폼 (covered platform) 이라고 하고 한번 지정된 경우 최소 10년간 유지가 되도록 하였다. 지정플랫폼이 자사의 플랫폼에서 상품을 판매하는 경우, 자사 상품을 다른 기업의 상품보다 우대하지 못하도록 차별 금지 규정을 포함하였다.

EU 집행위원회는 2020년 12월에 발표한 「디지털시장법」 (Digital Market Act: DMA)에서 특정 규모 기준을 넘어서는 플랫폼 사업자를 ‘gatekeeper’ 로 추정하고, 시장의 경합성 (contestability)에 영향을 미칠 수 있는 각종 행위에 대한 의무 및 금지 사항을 명시하였다.

둘째, 데이터 통제 (data governance)에 관한 것으로 지정플랫폼 또는 gatekeeper로 지정된 대형플랫폼 사업자에 의한 데이터의 독점적 사용을 막는 것을 목적으로 한다. 이는 데이터가 플랫폼 이용자들의 상호작용의 결과로 발생하는 것임에도 불구하고 그 데이터에 대한 통제권을 플랫폼 사업자가 독점적으로 보유하는 것은 플랫폼 간 전환비용을 높여 독점적 지위를 강화한다는 인식에 바탕을 두고 있다. 플랫폼 간 데이터 이동이 원활하게 이루어지도록 보장함으로써 궁극적으로는 고객의 데이터 주권을 보장하고 나아가 데이터 독점으로 인한 시장 지배력 지위 남용을 방지하려는 것이다.

EU는 이미 2015년 ‘Revised Directive on Payment Services (PSD2)’ 와 2018년 ‘General Data Protection Regulation (GDPR)’ 을 통하여 데이터 주체로서 이용자 개인의 데이터에 대한 통제 권리를 규정하였으며, 이용자의 요구가 있을 때는 데이터 보관기관이 제 3자에게 활용도 높은 방식으로 데이터를 전송해야 할 의무를 가지도록 규율하였다.

이와 유사하게 미국의 패키지 법안 중 「서비스 전환 활성화를 통한 경쟁과 호환성 증진 법률」도 지정플랫폼이 상업적 목적으로 이용자 정보를 수집·활용·공유하는 것을 금지하고, 지정 플랫폼에 데이터 이동성 (portability)과 호환성 (interoperability)을 보장할 의무를 부과하는 내용을 담고 있다.

28) FTC와 법무부(DOJ)가 월간 활성 사용자·이용업체 수, 순매출 또는 시가총액 등의 규모 기준을 충족하면서 핵심 거래 파트너(critical trading partner)인 온라인 플랫폼 기업을 지정플랫폼 (covered platform)으로 지정한다. 지정 플랫폼 사업자는 자사우대 (self-preferencing) 성격의 차별적 행위, 이해상충을 일으킬 만한 사업의 영위, 상업적 목적으로 소비자 정보를 수집·활용·공유하는 행위 등이 금지된다.

셋째, 기업들이 특정한 시장에서 가지고 있는 지배력을 다른 시장에 행사하여 경쟁우위를 점하고 시장지배력을 얻는 레버리지 문제와 관련해서도 규제 논의가 이루어지고 있다.

전통적으로는 미국에서는 Sherman Act, 유럽에서는 Article 102 TFEU(Article 102 of the Treaty on the Functioning of the European Union)에 따라 기업의 특정 행위가 소비자에게 해를 끼치는 경우에만 그 행위를 불공정거래행위에 해당하는 것으로 정의했으나, 최근에는 플랫폼이 제공하는 서비스의 질이 아니라 많은 소비자들이 사용함으로써 생긴 네트워크 효과로 인한 시장지배력을 다른 시장에서 이용하는 것²⁹⁾을 규제해야 하는지에 대해 논의가 활발히 이루어지고 있다.

이와 관련하여 최근 유럽 위원회 (European Commission; EC)는 2017년 6월과 2018년 7월 구글에 두 차례의 벌금을 부과하였고, 비슷한 이유로 애플, 페이스북, 아마존 등 빅테크 기업들이 유럽 위원회의 조사를 받고 있거나 판결 결과를 기다리는 중이다.

[그림 · 표 13] 글로벌 빅테크 관련 주요국 대응 사례

● (반독점 조사) 美 연방거래위원회(TFC)와 법무부는 GAFAs를 상대로 반독점 위반 조사

* 페이스북·구글 → 경쟁 업체 인수(인스타그램, 웨이즈 등)를 통한 시장 경쟁 제한, 아마존 → 입점 업체 불공정 거래 강요, 애플 → 특정 음원 업체 서비스 배제 등

● (개인정보 유출 벌금) 페이스북 이용자 개인정보 유출(8,700만명)에 대해 TFC는 50억달러(‘19.2분기 매출의 약 30%) 벌금 부과

● (디지털세) 빅테크 기업의 법인세 부담이 상당히 낮다*는 비판 제기
에 따라 OECD, EU 등에서 디지털세 도입 논의

* 무형자산(AI·빅데이터 등을 활용한 모델, 특허, 고객 데이터)을 저세율 국으로 이전하여 조세 부담 축소(실효세율 : 디지털기업 9.5%, 전통기업 23.1%, EU)

29) 디지털 플랫폼 소유자인 빅테크가 인접 시장에서 판매하는 자신들의 상품을 자신의 플랫폼에서 검색되게 하는 경우, 플랫폼에 끼워팔기하는 경우, 플랫폼 설치와 함께 인접 상품도 함께 설치되도록 하는 경우, 자신의 플랫폼에서는 다른 경쟁자의 상품이 나오지 않게 하는 경우 등 레버리지를 위한 다양한 수단이 알려져 있음.

[그림 · 표 14] 미국, EU, 일본의 플랫폼 기업 규제 법안 (기업지배구조원)³⁰⁾

법률	구분	내용
	적용 범위	<ul style="list-style-type: none"> • EU 국가에 본사가 위치해 있거나, EU 국가 거주민을 대상으로 사업을 영위하는 온라인 중개사업자, 클라우드와 같은 웹호스팅 서비스 사업자, 온라인 플랫폼 사업자
	주요 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 소셜 미디어, 마켓플레이스 등 온라인 플랫폼 사업자의 의무와 책임 정의 • 불법적 콘텐츠에 대한 실사(Due Diligence)의무 부여 • 대규모 온라인 플랫폼 이용 사업자 정보 관리 강화 의무 부여 • 대규모 온라인 플랫폼 운영자에게 적절한 리스크 관리체계 구축 의무 부여
특정 디지털 플랫폼의 투명성 및 공정성 향상에 관한 법률 ²⁰⁽²¹⁾	국가	<ul style="list-style-type: none"> • 일본
	시행일	<ul style="list-style-type: none"> • 2021.02.01.
	취지	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 플랫폼 제공자에게 자주적이며 적극적인 대처 요구 • 디지털 플랫폼 내에서 거래의 투명성과 공정성 도모
	적용 범위	<ul style="list-style-type: none"> • 거래의 투명성 및 공정성을 제고할 필요가 있는 특정 디지털 플랫폼 제공자 (아래 요건을 고려) <ul style="list-style-type: none"> - 국민 생활 및 국민 경제에 미치는 영향의 크기 - 디지털 플랫폼 이용 집중도 - 이용사업자의 보호 필요성 - 타 규제, 시책의 대응 상황 - 매출, 이용자 수 등
	주요 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 이용약관에 대한 투명한 공개 및 약관 변경에 대한 사전적 정보 제공 의무 명시 • 불만 해결 채널, 이해관계자 소통 채널 등 공정한 플랫폼 운영을 위한 시스템과 체계 구축 의무 명시 • 매년 사업 개요, 고충 및 분쟁 해결에 관한 사항, 정보 공개 현황, 공정한 플랫폼 운영을 위한 시스템 구축 현황, 자기진단 현황이 담긴 보고서 제출
A Stronger Online Economy: Opportunity, Innovation, Choice ²²⁽²³⁾⁽²⁴⁾	국가	<ul style="list-style-type: none"> • 미국
	시행일	<ul style="list-style-type: none"> • 2021.06.11. 발의
	취지	<ul style="list-style-type: none"> • 빅테크 기업의 독점적 지위에 대한 규제를 마련하기 위한 5개 법안 패키지 발의
	적용 범위	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 내 월간 사용자 수 5,000만명 이상 혹은 사업자 수 10만명 이상의 플랫폼 사업자 • 연매출 또는 시가총액 6,000달러를 초과하는 플랫폼 사업자 • *핵심 거래 상대방(Critical trading partner)*에 해당하는 플랫폼 사업자
	주요 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 온라인 시장 선택과 혁신 법률 <ul style="list-style-type: none"> - 빅테크 기업의 자사우대 성격의 차별적 행위 규율 • 플랫폼 독점 종식 법률 <ul style="list-style-type: none"> - 자사 상품 우대, 경쟁사 상품을 불리하게 만들 능력/유인을 제공하는 사업 영위 금지 • 서비스 전환 활성화를 통한 경쟁과 호환성 증진 <ul style="list-style-type: none"> - 플랫폼 간 데이터 이동이 원활하게 이루어지도록 보장 • 플랫폼 경쟁과 기회 법률 <ul style="list-style-type: none"> - 거대 플랫폼이 타 사업자를 인수하는 것을 견제

30) 정승연, 「온라인 플랫폼의 주요 사회적 이슈」, 기업지배구조원 KCGS Report 12권 3호, 2022.3.

법률	구분	내용
Online intermediation services – fairness and transparency for business users ¹⁷⁾	국가	• EU
	시행일	• 2020. 07. 12.
	취지	<ul style="list-style-type: none"> • 공정하고 투명한 온라인 플랫폼 환경 조성 • 예측 가능하고 혁신 친화적인 온라인 플랫폼 규제 환경 마련 • 온라인 중개서비스 제공자(온라인 플랫폼 운영자)의 이용약관 마련 시 준수해야하는 규정 제시
	적용 범위	• 온라인 플랫폼 및 온라인 검색 엔진 서비스 제공자
	주요 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 검색순위 제공 방식, 플랫폼 운영 사업자에 의해 제공되는 제품 및 서비스에 대한 차별적 노출 방식, 플랫폼 이용 사업자가 타 플랫폼 이용 시 제한되는 사항 등에 대한 투명한 공개 • 플랫폼을 이용하는 고객의 데이터에 대한 접근 권한과 범위 명시 • 상시 근로자 수 50인 이상 또는 연 매출액 1천만 유로 이상의 온라인 플랫폼 사업자의 경우 온라인 플랫폼 이용 사업자의 고충을 처리할 수 있는 시스템 마련 및 관련 정보 공개
The Digital Markets Act ¹⁸⁾	국가	• EU
	시행일	• 2021.12.15. 유럽의회 1차 검토
	취지	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 플랫폼 산업 내 공정한 경쟁 환경 조성 • 소비자의 제품 및 서비스 선택권 보장
	적용 범위	• EU 국가에서 사업을 운영하는 "Gatekeeper"로 정의되는 주요 온라인 플랫폼 운영 기업 또는 주요 온라인 플랫폼 서비스 대상
	주요 내용	<ul style="list-style-type: none"> • Gatekeeper로 정의된 기업을 대상으로 이하의 행위 제한 <ul style="list-style-type: none"> - 개인정보보호 남용 행위 - 시장지배적 지위 남용 행위 - 소비자의 선택을 제한할 수 있는 행위 - 광고, 마케팅에 대한 정보를 노출하지 않는 행위
The Digital Services Act ¹⁹⁾	국가	• EU
	시행일	• 2022.01.20. 유럽의회 1차 검토
	취지	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 중개서비스 시장의 기능이 적절하게 구현될 수 있는 환경 조성 • 안전하고 신뢰할 수 있는 온라인 환경을 조성하기 위한 규정 마련

4.2.2 IMF 국제기구 규제 제안

주요 국제기구인 IMF는 빅테크 규제를 장단기 측면에서 고려하고 있다. 단기적으로는 빅테크가 수행하는 금융서비스에 대한 공시의무를 강화하여 자발적인 원칙을 준수하도록 할 필요가 있다고 본다. 예들 들어, 빅테크의 금융서비스에 있어 실제 자금조달과 신용위험은 금융회사가 부담함에도 불구하고 이러한 정보가 제대로 공시되지 않는 경우가 존재한다는 것이다.

중기적으로는 규제당국과 업계의 협력하에 자율규제 체계를 마련하여 현재 법적 규제가 미흡한 부분을 보완해야 한다고 제안하고 있다. 자율규제는 규제되지 않는 행위로 인한 리스크를 예방하고, 정책 목표를 제시한다는 측면에서 효과적일 수 있고, 법·제도적 규제와 달리 빠른 추진이 가능하다는 점을 강조한다. 다만 IMF의 의견대로 자율규제를 우선적으로 추진하더라도 그 내용은 결과적으로 법제화에 담을 수 있는 내용으로 마련되어야 하며, 자율규제 이후 법제화에도 조속히 착수해야 할 것이다.

한편, 장기적으로는 기관 중심 규제와 행위 중심 규제를 적절히 결합한 혼합 규제³¹⁾를 통해 빅테크 특유의 잠재적이고 국제적인 리스크 요인을 해소해야 함을 제안하였다. 이중 IMF가 사용한 혼합 규제 (hybrid)는 빅테크의 소재지(home)에서는 기관 중심 규제를 하고, 활동지 (host)에서는 행위 중심 규제를 원칙으로 삼아 접근하는 방식의 규제 체계를 지칭한다.

추가적으로, IMF는 기존 국제기구를 활용하거나 새로운 국제기구를 창설하여 빅테크 규제에 대한 국제적 일관성을 촉진하는 방안을 함께 제시한다.

[그림 · 표 15] IMF의 빅테크 규제 체계(여신금융연구소)³²⁾

단기, 중기, 장기에 적용가능한 규제 체계

단기	중기	장기
공시 강화 (Enhanced Disclosure)	자율규제 (Codes of Conduct)	혼합 규제 (Hybrid Regulation)
대출 등 영업행위의 정보 및 리스크, 소비자 리스크, 기업 의무 등 빅테크의 행위에 대한 공시 범위를 확대	규제가 미흡한 부문으로 인한 리스크를 포착할 수 있고 업계 자체적으로 개발 가능 민관의 긴밀한 협력 필요	소재지(home)에서는 리스크에 비례한 기관 중심 규제 활동지(host)에서는 그룹 단위 감독을 가미한 행위 중심 규제

31) 기관 중심(entity-based) 규제는 특정 기업 혹은 기업집단을 규제 대상으로 하는 것으로, 주로 기업집단의 지배구조·자본건전성·행위 등을 규제. 행위 중심(activity-based) 규제는 대출, 투자상품 판매 등 특정 기능을 규제 대상으로 하며, 주로 업무 영위를 위한 일정한 조건을 제시하는 형태

32) 장명현, 「빅테크의 금융서비스 진출에 대한 IMF의 규제 방안 논의」, 해외여신금융동향, 2022.

4.3. 국내 현황

현재 우리나라의 경우 P2P대출 이라는 특수한 금융플랫폼 거래를 제외하고는 명시적으로 금융플랫폼을 규율하는 법체계는 부재한 상황이다. 다만 여러 법규나 제도들이 현재 시중에 존재하는 금융플랫폼에도 적용될 수 있다.

본격적으로 이를 논의 하기에 앞서, 우리나라의 금융법 체계를 미리 살펴보고 시작하는 것이 바람직하다. 왜냐하면, 우리나라의 경우 금융법 체계가 열거주의 또는 positive 방식을 취하고 있기 때문이다. positive 방식에서는 법제도가 없으면 규제가 없는 것이기 때문에 우선 자유롭게 할 수 있는 것이 아니라, 오히려 법제도가 없으므로 어떠한 것도 할 수 없는 것으로 해석된다. 따라서 negative 방식을 취하는 해외 주요국들과 달리 우리나라의 경우 금융플랫폼에 법제도는 단순히 이들에 대한 규제를 목적으로 하는 것뿐만 아니라 금융플랫폼 비즈니스 자체를 할 수 있도록 해주는 역할도 한다는 것을 이해할 필요가 있다. 그러한 관점에서 앞서 검토한 규제의 4가지 측면에서 우리나라의 금융플랫폼 법제도 현황을 살펴보고자 한다.

가장 먼저 진입규제로서 플랫폼 자체에 대한 인허가를 규율하고 있는 법은 없으며, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」에서 통신판매업자를 규율하고 있는 것이 사실상 전부라고 할 수 있다. 다만 이 법에서도 통신판매업자가 소비자 보호를 위해 준수하여야 할 사항을 규율하고 있을 뿐, 자본금 등 건전성과 관련된 별도의 인허가 제도는 마련되어 있지 않은 상황이다. 특히, 해당 법률은 금융거래가 아닌 일반적인 온라인 상거래를 전제하고 있어 금융플랫폼에 간접적으로 적용하기도 쉽지 않다고 보인다.

한편, 금융측면에서 보면 외국의 빅테크들과 같이 금융서비스를 직접 공급하려는 경우에는 금융업법에 따른 인허가를 받아야 한다. 그러나 우리나라는 엄격한 금산분리 원칙을 적용하고 있기 때문에 금융중개를 할 수 있는 은행업은 인터넷전문은행으로만 한정되어 있고, 인허가 정책에 따라 사실상 감독당국의 재량에 의해 인허가가 이루어지고 있으므로 금융플랫폼을 통한 빅테크의 금융서비스 진출은 매우 제한적인 상황이다.

영업행위규제와 관련해서는 플랫폼 형태를 전제로 규율하는 법체계는 역시 부재한 상황이다. 다만, 현재 우리나라의 대다수 금융플랫폼이 영업하고 있는 금융상품 중개·모집에 대해서는 개별 금융업법과 「금융소비

자 보호에 관한 법률」 및 여러 모범규준들을 통해 각 금융상품별로 판매 채널 및 판매행위를 규율하고 있다.

이를 좀 더 구체적으로 살펴보면, 판매채널은 대체로 금융회사의 직접 판매 및 1사전속 (모집인에 대한 금융사의 관리, 이해상충 방지 등)을 중심으로 규율하고 있는데, 보험상품의 경우 법인대리점 등 복수사 대리가 활성화되어 있으나, 판매에 따른 책임과 의무 등은 사실상 1사전속에 가깝다고 볼 수 있다. 즉 하나의 모집채널은 하나의 금융회사 상품만을 취급하도록 하고 있는 것이다. 이는 금융플랫폼과는 완전히 반대되는 규율체계라고 할 수 있다. 이러한 이유 때문에 금융위는 금융혁신서비스라는 제도를 통해 이러한 1사전속 규제를 일정 기간 동안 면제해 주는 방식을 통해 금융플랫폼 사업자들이 플랫폼에 의한 비즈니스를 시도해 볼 수 있도록 하고 있다.

한편, 판매행위에 있어서는, 상품 설명의무, 설명서 교부, 부당권유 제한 등 대체로 오프라인 환경을 전제로 한 내용으로 구성되어 있으며, 펀드의 경우 온라인 전용상품이 아닌 경우에는 적합성 원칙 및 설명의무를 온라인으로 수행하는 것이 원칙적으로 금지되어 있다.

[그림 · 표 16] 금융업권 1사전속 규제 현황

	직접판매	1사전속 대리	복수사 대리
대출성 상품	은행, 상호금융, 저축은행, 보험사, 캐피탈, 대부업, 증권사 등	대출모집인, 대부중개업자, 신용카드모집인	없음
예금성 상품	은행, 저축은행, 상호금융 등	없음	없음
투자성 상품	투자매매업자, 보험사 (변액보험) 등	투자권유인	은행 등 겸영금융투자업자
보험성 상품	보험사 등	보험설계사, 대리점 등	은행 등 금융기관 대리점, 법인대리점

독점규제와 관련해서는 사실상 주관부처인 공정거래위원회(이하 “공정위”)가 담당하고 있는데, 독과점을 규율하는 공정거래법 역시 일반적인 기업을 대상으로 하고 있는 법으로서 금융서비스라는 특수한 사업 역역과 플랫폼이라는 구조적 형태를 규율하기에는 적합하지 않은 측면이 있다. 이러한 이유 때문에 공정위는 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률」을 마련하여 입법을 추진하고 있다.

공정위는 입점 업체와 소비자 간에 상품과 용역 거래를 중개하는 사업자 중 연간 수수료 수입이 100억 원 이상이거나 중개 거래금액이 1,000억 원 이상인 업체를 적용 대상으로 삼았다. 여기에는 네이버, 카카오, 구글 등 포털과 네이버쇼핑, 쿠팡, 11번가, 인터파크 등 오픈마켓을 비롯해 배달앱(배달의민족, 요기요 등), 숙박앱(야놀자, 여기어때 등), 앱마켓(구글 플레이스토어, 애플 앱스토어, 원스토어 등), 부동산 정보 제공 서비스, 검색광고 서비스 등을 총망라한다.

이 법에 따르면 온라인 플랫폼은 거래상 우월적인 지위를 이용해 입점 업체가 살 의사가 없는 제품을 사도록 하거나 입점 업체에 이익을 제공하도록 강요하는 등의 불공정행위가 금지된다. 또 거래 과정에서 발생한 손해를 부당하게 전가하거나 입점 업체에 불리하도록 거래조건을 바꾸는 행위 등도 할 수 없다.

구체적으로는 플랫폼 기업이 입점 업체에 거래조건을 투명하게 명시한 계약서를 교부할 의무를 부여하고, 계약서에는 수수료 부과 기준, 계약해지 자유, 손해 분담 기준 등 총 13개 항목을 필수로 담도록 했다. 수수료를 등 계약 내용을 변경할 시 입점 업체에 최소 15일 전에 사전 통지하도록 했으며 서비스의 일부를 제한하거나 중지할 때는 최소 7일 전에, 종료할 때는 최소 30일 전에 그 내용과 이유를 알리도록 했다. 플랫폼 업체가 입점 업체에 보복 조치하거나 공정위의 시정명령을 이행하지 않는 경우를 제외하고는 형벌이 내려지지 않는 대신 과징금을 법 위반 금액의 2배로 정했다. 또 현재 플랫폼에 입점한 영세 소상공인은 불공정한 행위를 당해도 소송을 제기하기 어려운 점을 감안하여, 입점 업체의 빠른 피해 구제를 위해 사업자가 소비자 피해에 대한 재발 방지 대책과 피해 보상을 제안하면 법적 제재 없이 사건을 종결시키는 동의의결제도 도입하기로 했다.

마지막으로 데이터 관련 규제이다. 데이터 규제는 단순히 금융소비자의 정보를 보호하는데 그치는 것이 아니라, 데이터의 수집과 활용, 그리고 그러한 활용에 있어 데이터 주권이 누구에게 있는지를 규율하는 것으로 이해할 필요가 있다.

금융플랫폼 자체에 대한 규제는 아니지만 금융위는 이미 「신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률」에서 금융데이터에 대한 수집, 관리, 활용에 대하여 규율하고 있다. 또한, 2019년 마이데이터 인허가 제도를 도입하여 개인데이터의 활용처와 활용범위 등에 대한 정보주체의 능동적인 의사결정을 지원함으로써 개인정보 자기결정권을 보장하고, 제휴를 맺은 기관 또는 기

업 간에만 개인데이터 공유가 가능했던 기존의 환경에서 정보 주체인 고객의 동의가 있는 경우 자신의 데이터를 다른 금융플랫폼에 제공할 수 있도록 하였다. 이를 통해 기존 금융플랫폼 사업자가 데이터를 통해 시장진입 장벽을 구축하는 것을 제한할 수 있는 제도적 기반을 마련하였다.

〈별첨3 : 마이데이터 산업 도입방안³³⁾〉

1 업 신설 및 업무범위 명확화

◆ 「신용정보법」 상에 신용조회업과 구분되는 신용정보산업으로 마이데이터 산업(본인 신용정보 관리업)을 별도로 신설

- 본인 신용정보 통합조회서비스를 고유업무로 하되, 신용관리·자산관리·정보관리를 위한 다양한 경영·부수업무를 허용

① 고유업무 : 본인 신용정보 통합조회서비스 제공

- [㉠]정보주체의 권리 행사에 기반하여 [㉡]본인 정보를 보유한 금융회사 등으로부터 신용정보를 전산상으로 제공받아
 - [㉢]본인에게 통합조회 서비스를 제공하는 업(業)으로 정의
- ※ 신용조회업(CB)은 개인의 신용상태를 평가하여 제3자(금융회사 등)에게 제공하는 업무로 규정하여 마이데이터 산업과 구분
- 본인의 자산·부채 현황을 전체적으로 파악하고 신용관리에 활용할 수 있도록 이에 필요한 신용정보를 망라

※ 통합조회 대상 신용정보(案)

- (i) 은행·상호금융·저축은행 등의 예금계좌 입출금 내역
- (ii) 신용카드·직불카드 거래 내역
- (iii) 은행·상호금융·저축은행·보험사 등의 대출금 계좌정보
- (iv) 보험회사의 보험계약 정보 (단, 보험금 지급정보는 제외)
- (v) 증권회사의 투자자예탁금·CMA 등 계좌 입출금 내역 및 금융투자상품(주식·펀드·ELS 등)의 종류별 총액 정보
- (vi) 전기통신사업자의 통신료 납부내역 등의 신용정보

② 부수업무 : 정보관리 및 데이터산업 관련 업무

① 정보계좌(Personal data account) 업무

- 통합조회 대상 신용정보 외에도 본인이 직접 수집한 개인 신용정보*를 관리·활용할 수 있는 계좌제공 업무도 허용
- * (예) 전기·가스·수도료 납부 정보, 세금·사회보험료 납부내역 등

33) 금융분야 마이데이터 산업 도입방안(금융위 보도자료, 2018.07.18.)

② 개인정보 자기결정권의 대리행사("정보관리") 업무

- 개인의 신용평점 개선, 금리인하 요구 등을 위한 **프로파일링 대응권**의 대리행사 등 **정보관리 업무**를 부수업무로 허용
- (예) 신용평가·금리신청 등에 활용된 기초정보의 확인 요구, 오등록 정보 정정 청구
(상세 내용은 「**금융분야 개인정보보호 내실화 방안(5.10)**」 p14 참조) (**참고 1**)
- 이를 통해, **금융소비자가** 금융회사·CB사 등에 대해 **적극적인 설명요구, 이의 제기** 등을 쉽게 할 수 있는 여건을 마련

③ 데이터 분석·컨설팅 및 제3자 제공 업무

- 통합조회에 제공된 개인신용정보를 기초로 **재무현황, 소비패턴** 등의 데이터 분석정보를 **본인에게** 제공하는 업무와,
- 보유 데이터를 활용^{*}한 **빅데이터 분석 결과**를 **금융회사, 창업기업 등 제3자에** 제공하는 업무도 부수업무로 허용
- 다만, 명시적인 동의를 한 고객 데이터에 한하여 제3자 제공을 허용

③ 겸영업무 : 자산관리 등 부가서비스 제공을 위한 금융업무

① 「자본시장법」상의 투자자문·일임업

- 이를 통해, 고객 본인에 대한 데이터 분석결과를 바탕으로 **로보어드바이저** 방식의 금융투자상품 자문 등이 가능

② 「금융소비자보호법(안)」상의 금융상품자문업

- 다만, 현재 금융상품 자문업에 대한 법적 규율체계가 부재
→ 우선, **금융상품 추천·비교공시**를 부수업무^{*}로 허용
- 추후 자문업의 법적 규율체계가 정비된 이후 **겸영업무**로 전환

※ EU에서 본인 계좌정보 관리업과의 겸영을 허용한 **지급결제 지시업(Payment initiation service)** 등 **전자지급결제 업무**도 관련 법령의 정비 추이를 보아가며 겸영업무 허용 여부를 검토

2 진입규제

◆ **자본금 요건 등은 최소화**하여 다양한 업체의 진입을 유도하되, 정보보호·보안, 산업생태계 측면을 감안, 진입규제를 설계

1 등록제 대신에 허가제를 도입

- 정보보호·보안, 경영·지배주주 규제의 필요성 등을 고려하여 사업계획의 타당성 심사가 필요한 점을 감안

※ ①핀테크산업 생태계 조성, ②금융상품 판매와 자문과의 이해상충, ③과도한 정보집중 가능성 등을 종합 고려하여 허가할 계획

2 자본금 요건 및 배상책임보험 가입 의무 부과

- 다양한 마이데이터 사업자의 진입을 유도하고 유휴자금을 최소화하기 위해 **최소자본금을 5억원**으로 설정하되,
 - 대량의 개인정보 수집·관리 등에 따라 발생할 수 있는 정보 유출 등에 대응하기 위하여 **배상책임보험 가입을 의무화**

3 인적·물적 허가요건

- (인적요건) CB업과 달리, 창의적인 Player에 의한 데이터산업 생태계가 조성될 수 있도록 **전문인력 요건은 별도로 두지 않되**,
 - CB·금융회사 등과 마찬가지로, '신용정보 관리·보호인'은 반드시 두도록 하여 개인신용정보 유출 등에 철저히 대비
- (물적요건 등) 체계적인 신용정보 관리를 위한 정보처리시설 및 정보유출 방지를 위한 기술적·물리적 보안시설 등 구비

4 데이터산업에 창의적인 Player가 다양하게 진입할 수 있도록, 개인 CB업과 달리 **금융기관 50% 출자의무 등은 두지 않음**

3 고객정보 제공 의무화

◆ 정보주체의 **개인신용정보 이동권**을 보장하고, 그 권리 행사에
기반하여 **금융회사에게 고객정보의 제공을 의무화**

① 정보주체에게 **금융기관 등에게 본인의 개인신용정보 이동을
요구할 수 있는 권리(개인신용정보이동권*)**를 제도적으로 보장

• 정보주체가 본인 정보를 보유한 기관(금융회사 등)에게 **본인정보(사본)를
본인 또는 본인이 지정한 제3자에게 이동시키도록** 할 수 있는 권리

○ '정보주체'가 능동적으로 정보이동을 '요구'한다는 측면에서
기업의 정보활용 요청에 대한 수동적인 '동의'와는 구분

② **개인신용정보 이동권 행사로 금융회사 등에는 정보제공 의무가
부여되고, 마이데이터 사업자는 고객정보 접근이 가능**

○ (의무 제공정보 범위) 통합조회·재무분석 등 원활한 마이데이터
서비스 제공을 위해 **필요한 수준의 정보를 충분히*** 제공

• (예) 소비패턴 분석 등을 위해서는 일정 기간 시계열 데이터도 제공할 필요

- 다만, ^①민감정보*, ^②개인정보를 기초로 금융기관 등이 추가적
으로 생성·가공한 2차 정보** 등은 제외

• (예) 보험금 지급정보 : 피보험자의 병력 및 사고이력 등을 포함

• (예) CB사의 개인신용평점, 금융회사가 산정한 자체 개인신용평가(CSS) 결과

○ (정보 제공방식) 금융회사 등과 마이데이터 사업자 간 협의를
통해 **사전에 표준화된 전산상 정보 제공방식(표준 API)**을 이용

• Application Programming Interface : 표준화 작업을 위해 금융회사·마이
데이터사업자 및 금융보안원 등으로 협의체를 구성할 계획

- 원칙적으로 **은행·카드사 등 개별 금융사 등에 API 구축 의무를
부여하되, 규모·거래빈도** 등을 감안하여 **중계기관***도 활용

• (예) 신용협동조합 등의 경우, 해당 중앙회 등이나 신용정보원 등

4 정보보호 및 보안 책임 강화

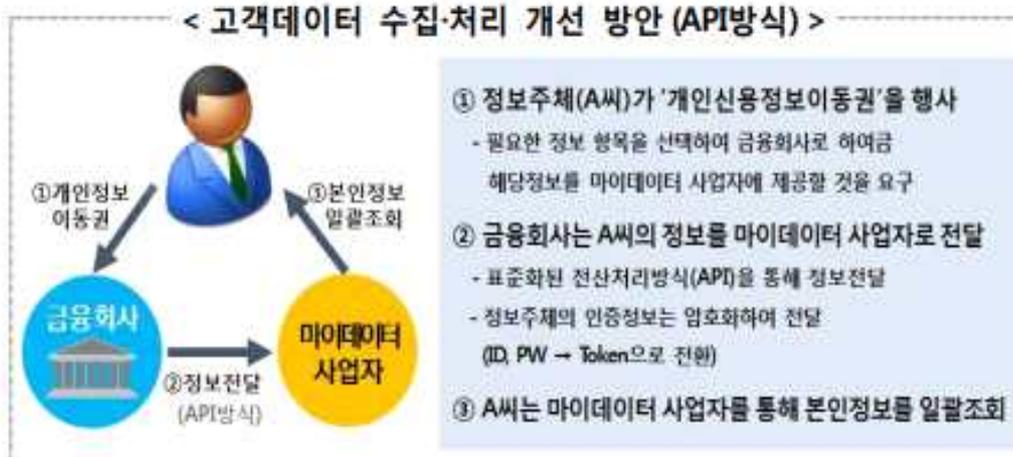
◆ 정보주체의 명확한 의사에 기반하여 정보보호·보안상 신뢰할 수 있는 방식으로 서비스가 제공되도록 규제·감독을 강화

1 강력한 본인인증 절차 마련

- 마이데이터 사업자에 대해서는 안전하고 신뢰할 수 있는 방식을 통한 본인확인을 의무화
 - 다만, 마이데이터의 비대면업무 특성을 고려하여 서면 외에도 다양한 비대면 실명확인(전자문서, 유무선통신 등) 방식을 허용
- 금융회사 등은 고객 데이터의 제공에 앞서 해당 고객의 정보 이동권 행사의 명시적 의사를 일정한 방식으로 확인할 의무
 - ※ 정보활용 범위·영향 등이 광범위한 만큼, 정보주체의 실수나 의도치 않은 이동권의 행사가 이루어지지 않도록 강력한 본인인증이 필요

2 정보수집 과정의 안전성·보안성 강화

- 현재 활용 중인 스크린 스크레이핑 방식의 취약성을 보완할 수 있도록 정보수집 과정을 전반적으로 정비
- 개인신용정보 이동권 행사에 기반하여 금융회사 등이 마이데이터 사업자에게 직접 정보를 전달하는 방식으로 개선 (참고 2)



5. 금융플랫폼 제도화 필요성

5.1. 논의의 전제

이 장에서는 금융플랫폼의 제도화가 이 시점에서 반드시 필요한 것 인지를 살펴보고자 한다. 본격적인 논의에 앞서 금융플랫폼 제도화가 가지는 의미와 그 전제되는 사항을 먼저 분석한다. 앞서 설명한 바와 같이 미국 등 주요 해외국가들의 경우 금융규제가 Negative 방식으로 규율되고 있기 때문에, 원칙적으로 특별한 제한 규정이나 규제가 없다면 그 금융업무를 수행할 수 있게 된다. 따라서 이 같은 국가에서 금융플랫폼의 제도화가 가지는 의미는 현재 존재하고 있거나, 향후 출현할 수 있는 금융플랫폼에 대해 어떻게 규제할 것인가의 문제로 귀결된다. 반면 우리나라의 경우에는 근거법규정이 없으면 해당되는 금융업무를 할 수 없거나, 혹은 실제로 할 수 있다고 하더라도 법적 모호성으로 인한 불확실한 상황이 지속된다. 따라서 금융플랫폼의 제도화는 그 업무를 실제로 영위할 수 있게 해주는 형성적 의미를 가지게 된다는 점에서 미국 등과 차이가 있다. 물론 앞서 살펴본 바와 같이 각종 영업규제와 독점규제들 역시 함께 반영될 것이다.

또 한 가지 고려할 사항은 금융플랫폼의 규율체계를 만들 경우, 우리가 기존에 가지고 있었던 금융업법 체계와 상당한 상충관계를 가질 수 있다는 점이다. 당장 금산분리라는 핵심적인 금융 원칙의 수정이 불가피할 것이다. 또한 각 업권별로 별도의 진입제도와 영업행위를 규율하고 있는 현행 업권별 법체계 역시 대대적인 수정이 필요할 것이다. 만일 이러한 사전 논의 없이 금융플랫폼이 법제도화 된다면, 가칭 금융플랫폼법의 특별법 지위를 활용하여 기존법을 우회하는 사례가 다수 발생할 우려가 있다. 따라서 금융플랫폼 산업의 육성이나 소비자보호라는 직접적인 효과 이외에도 기존의 금융산업에 존재하는 원칙과 현행 금융업법 체계의 대대적 변화에서 오는 효과까지도 감안하여 제도화의 필요성을 고민해야 할 것이다.

이러한 점에서 금융플랫폼 산업이 일시적 현상인지 아니면 구조적 현상으로서 장기적 흐름에 있는 것 인지를 구분하는 것이 필요하다. 왜냐하면 이러한 산업변화가 단기간에 존재하는 일시적 현상이라면 구태여 전환과정에서 소모되는 엄청난 비용과 시간을 낭비할 필요가 없기 때문이다. 앞서 살펴본 바와 같이 금융플랫폼 역시 전 세계적인 플랫폼 경제화에 따라 이루어지고 있는 산업의 구조적인 변화이다. 그리고 온라인과 모바일로 우

리의 삶의 기본 환경이 변화된지 이미 오래되었고, 데이터를 활용한 AI 기술 등도 막을 수 없는 구조적 변화라고 할 수 있다. 따라서 금융분야 역시 플랫폼화되는 것은 불가피하며 상당히 오랜기간 지속될 것임을 알 수 있다.

5.2. 금융플랫폼의 위험 요인

금융플랫폼이 구조적 추세로서 이를 인위적으로 막을 수 없고 장기적으로 지속되는 것이라면, 금융플랫폼이 현재와 같이 비제도화된 상태로 남아있는 경우에 발생할 수 있는 위험 요인을 생각해 볼 필요가 있을 것이다. 이러한 위험 요인을 살펴봄으로써 금융플랫폼의 제도화 필요성의 정도를 가늠해 볼 수 있기 때문이다.

먼저 금융플랫폼의 위험 요인을 크게 3가지로 나누어 볼 수 있다. 첫째는 다양한 금융서비스를 하나의 플랫폼을 통해 제공함에 따라 금융부문간 통합이 이루어지면서 금융시스템 차원의 리스크가 크게 발생할 수 있다.

현재 금융규제는 기본적으로 개별 금융회사의 건전성과 리스크 관리를 통해 전체 금융시스템의 안정을 도모하는 방식으로 이루어지고 있다. 물론 전체 시스템 차원의 안정을 위한 조치들도 일부 존재하지만, 기본원리는 개별 금융회사의 건전성을 통한 시스템 안정으로 요약된다. 지난 2008년 글로벌 금융위기를 겪으면서 대형은행들의 파산으로 시스템 위기를 겪었던 경험으로부터 시스템적으로 중요한 대형 금융기관에는 상대적으로 더 높은 건전성 기준을 정하고 있는 것 또한 이와 같은 이유이다.

그러나 금융플랫폼의 경우, 개별 금융기관들에 특별한 건전성 문제가 없는 경우에도 플랫폼 자체의 리스크로 인해 시스템 전체가 마비될 수 있는 문제가 있다. 예를들어 여러 은행의 지급결제를 수행하는 금융플랫폼을 가정해 보자. 개별은행에 아무런 문제가 없는 경우에도, 금융플랫폼에서 자금의 유입과 유출에 균형이 깨지게 되면 지급불능의 사태가 발생하게 되고, 해당 지급불능이 도미노처럼 연결되면서 전체 자금 시스템에 불안과 충격을 가져올 수 있다.

또한 빅테크와 금융회사가 파트너십을 체결하거나, 금융회사가 운영에 필요한 핵심기술을 빅테크에게 의존하게 되면서 상호의존성이 강력하게 발생하게 된다. 이러한 금융-비금융 부문간 통합, 비금융회사와의 상호의존성 확대는 금융리스크 뿐만 아니라 공통으로 사용하는 기술 부문의 장애에 따른 비금융 리스크를 발생시키기도 한다. (사례 : 최근 카카오 데이터센터 화

재로 인한 카카오 금융서비스 중단)

둘째는 빅테크의 강력한 시장 지배력으로 인한 공정경쟁의 문제이다. 플랫폼의 강력한 네트워크 효과로 인해 금융플랫폼은 사업자 간 경쟁에서 경쟁우위 요소를 활용하여 경쟁사업자를 시장에서 배제한 뒤, 타 플랫폼 사업자의 영역으로 지배력을 확대하기가 쉽다. 특정한 플랫폼이 시장을 장악하게 되면 자사의 금융상품을 우대하거나, 특정 금융회사의 상품을 배제하여 공정경쟁을 위협하고 소비자의 선택권을 제약할 수 있다.

특히, 금융상품의 경우 일반 상품과 달리 소비자의 신용도나 소득 등 개인적인 정보에 의해 차별화된 서비스가 제공된다는 점에서 시장지배적 금융플랫폼이 독점 가격을 설정할 가능성이 높으며, 이 경우 소비자의 후생 감소가 심각하게 발생 수 있다. 뿐만 아니라, 소비자의 개인정보를 금융플랫폼이 영업 활동에 무분별하게 이용하거나 관리에 소홀하여 유출될 경우 개인정보 피해 문제도 발생할 가능성이 있다.

마지막으로 현재 금융플랫폼에 대한 명시적이고 체계적인 규제 시스템이 없는 상황으로 일반 금융회사와 달리 감독대상에서 배제됨에 따라 규제의 사각지대 문제가 발생할 우려가 크다. 이같은 문제는 특히 소비자의 피해로 연결되는 경우가 많다. 금융소비자 보호법은 기존의 전형적인 금융거래에서 소비자를 보호하는 방식으로 되어있어 금융플랫폼과 같이 소비자와 공급자가 상호작용하는 방식에 바로 적용하기에는 한계가 있을 수 있다.

또한 우리나라처럼 법제도의 부재가 사실상 금융플랫폼의 진출을 막는 요인으로 작용할 경우, 이것이 우리의 경쟁력을 발휘할 수 있는 금융플랫폼 영역에서 혁신적이고 우수한 서비스나 사업자의 등장을 방해할 수 있다는 점도 함께 고려해 봐야 할 것이다. 실제로 금융플랫폼 산업이 위축되고 발전하지 못해서 생기는 문제는 금융플랫폼이 난립함에 따라 발생하는 부작용보다 더 클 가능성도 배제할 수 없다.

5.3. 제도화 필요성

5.3.1. 금융혁신 측면

금융플랫폼을 제도화하여 이 산업을 적극적으로 육성하고 발전시킬 수 있다면 우리 금융시장과 금융산업에 상당한 혁신을 가져올 것으로 기대할 수 있다. 물론 금융플랫폼 그 자체만으로 혁신이라고 단정하기 어렵지만, 국내외 사례들을 살펴봤을 때 이미 상당한 혁신을 가져오고 있으며, 향

후에도 새로운 금융상품과 편리한 금융서비스를 통해 금융산업을 지속적으로 혁신해 나갈 것으로 기대된다.

대표적으로 금융플랫폼은 대출중개에 있어 금리 단층 문제를 해소할 수 있는 수단이 된다. 금리 단층이라, 신용도가 높은 차주에게는 상대적으로 낮은 금리의 대출이 이루어지고 반대로 신용도가 낮은 차주에게는 높은 금리의 대출이 이루어지는데, 이때 중간 신용도를 가진 차주에게 중간대의 금리가 아닌 저신용자와 같이 고금리로 대출이 이루어지는 문제를 말한다. 기존의 금융시스템에서는 개별 대출자의 신용도를 주된 기준으로 평가하게 되는데, 일정 수준 이하의 신용도에서는 채무불이행 가능성이 유의미하게 구분되지 않아 이러한 금리 단층 현상이 발생한다. 즉 금융회사는 중저신용자들에게는 채무불이행 가능성이 차별화되지 않으므로 높은 금리를 일괄적으로 부과하는 것이다. 그러나 금융플랫폼의 경우 금융소비자의 다양한 정보와 선호도 등을 상호작용을 통해 파악할 수 있고, 복수의 금융회사로부터 정보를 융합할 수 있으므로 보다 정교한 리스크 평가가 가능해진다. 그리고 이러한 평가와 실제 상황이 지속적으로 교류되면서 금리 단층 문제를 해소할 수 있는 것이다. 금리 단층 문제는 오랜기간 금융부문이 가지고 있는 큰 한계점이라는 점에서 금융플랫폼에 대한 기대가 큰 것이 사실이다.

또한 오픈뱅킹 사례에서 볼 수 있듯이 금융플랫폼은 하나의 단말기 또는 어플리케이션 만으로도 개인의 모든 금융자산관리를 가능하게 해주고 일상적으로 이루어지는 결제나 송금 역시 한 번에 다 처리할 수 있도록 지원해준다. 그리고 이것은 금융의 접근성과 만족감을 비약적으로 높여줄 수 있다. 금융플랫폼이 잘 성장하고 발전한다면 기존의 금융시스템 하에서 실패했던 영역에서 새로운 서비스가 가능해지고 소비자의 만족과 편의성을 높여주는 등 금융분야의 혁신을 대대적으로 촉진할 것으로 기대한다.

5.3.2. 금융시스템 측면

금융플랫폼이 제도화될 경우, 다양한 측면에서 금융시스템의 안정에 기여할 수 있다. 이 중에서도 진입규제가 가장 핵심적인 역할을 할 것으로 기대된다. 지금까지 단순히 신청만 하면 사업을 영위할 수 있는 상황에서는 실제 어떠한 기업이 어느 수준의 자본력과 기술력을 가지고 사업을 영위하는지 알 수 없으며, 금융당국에 의한 감독과 모니터링도 불가능하다. 그러나 제도화 되어 일정 규모 이상의 자본력과 사회적 신뢰를 가진 기업만 금융플랫폼 업무를 할 수 있게 되면, 사업자의 건전성이 제고되고 감독당국에 의한 지속적인 모니터링도 가능해져 금융시스템 안정에 기여할 것이다.

한편, 진입규제 외에도 금융시스템 안정을 위한 다양한 규율이 가능해진다. 자본 건전성 규제, 자금 유동성 규제 등을 통해 플랫폼이 사업을 영위하는 과정에서 지속적으로 건전성을 유지할 수 있도록 의무를 부과할 수 있게 되며, 현재 은행 등 수신기관에 제공되는 예금자보호제도와 같은 보장성 제도들도 함께 활용될 수 있을 것이다.

특히, 금융부문의 경우 진입보다 더 중요한 것이 시장퇴출 문제이다. 일반적인 산업의 경우, 시장에서 퇴출될 경우 더 이상의 생산이 이루어지지 않는 소극적 상황인데 반하여, 금융회사의 경우 복잡하게 얽혀있는 자금 정산과 지급 문제로 인해 특정 회사의 퇴출이 시장 전체에 부담을 주는 경우가 많이 발생한다. 이것은 금융플랫폼이 가지고 있는 네트워크 효과와도 직결되는 것이다. 이러한 점으로 인해 개별 금융업법에서는 사업에 실패한 금융기관들이 질서 있게 퇴출할 수 있는 제도를 두고 있다. 금융플랫폼의 경우 더욱 촘촘하고 엄격한 퇴출제도를 가져야 할 것이며 이는 금융플랫폼에 대한 제도화를 통해 달성할 수 있다.

5.3.3. 산업경제적 측면

산업경제 측면에서는 크게 두 가지 문제로 나누어 살펴볼 수 있다. 하나는 지금과 같이 제도화가 이루어지지 않은 상황에서 다수의 플랫폼이 난립하고 자연적으로 특정 금융플랫폼에 경제력이 집중되면서 나타나는 독과점 문제이다.

이러한 독과점 문제는 다시 두 가지 유형에서 문제를 검토해야 한다. 하나는 결과적인 독과점 문제이다. 특정 금융플랫폼이 시장을 장악할 경우 자신의 시장지배적인 영향력을 바탕으로 불공정거래를 할 가능성이 높다. 예를 들어 온라인상거래를 기반으로 하는 빅테크 기업이 지급결제 플랫폼을 통해 시장을 장악할 경우, 이러한 지급결제 플랫폼을 이용하여 자사의 온라인상거래에 우대를 줄 수 있게 되고, 사람들이 해당 상거래를 더욱 많이 이용하게 되면서 다른 온라인 상거래 기업에 불리한 효과를 야기할 수 있는 것이다. 이는 소비자의 선택권을 제약하고 특정 경쟁사에 불이익을 줄 뿐만 아니라 우리나라에서 그동안 엄격히 유지했던 금산분리의 원칙을 정면으로 반하는 것이 된다.

또 다른 유형의 독과점은 진입 제약의 문제이다. 특정 금융플랫폼이 시장을 지배하게 되면, 자연스럽게 다수의 고객을 확보하게 되고 이는 자연스럽게 고객의 데이터를 독점하는 결과로 이어질 것이다. 이러한 데이터 독점은

고객의 이탈을 막는 강력한 도구로 이용되는 한편, 새로운 기업이 시장에 진입하는데 가장 큰 장벽으로 작용하게 된다. 따라서 이러한 산업구조하에서는 경쟁은 약화되고 새로운 혁신은 저해되는 문제가 발생하게 되는 것이다.

한편, 산업경제적 측면의 두 번째 문제는 금융플랫폼 자체의 미성숙, 미발달의 문제이다. 이미 수년 전부터 세계 각국의 초일류 기업들은 금융플랫폼을 두고 치열하게 경쟁하고 있다. 또 규모는 크지 않지만 혁신적인 아이디어로 무장된 수많은 스타트업 기업들 역시 합종연횡을 거듭하면서 강력한 플랫폼으로 성장해 가고 있다.

또한, 금융플랫폼은 단순한 금융업으로 이루어져 있지 않기 때문에 국가간에 진입 장벽이 상대적으로 낮다는 특징을 가지고 있다. 따라서 만일 제도화가 되지않아 우리나라에 경쟁력있는 금융플랫폼이 성장하지 못할 경우, 세계 각국의 금융플랫폼이 우리나라에 진입하여 시장을 장악할 가능성도 배제할 수 없을 것이다. 이미 지급결제 시장을 두고 애플, 알리바바 등 세계 여러 대형 플랫폼들이 우리나라에서 시장 점유 확대를 추진하고 있는 상황임을 염두에 둘 필요가 있다.

5.3.4. 금융소비자 측면

금융소비자 측면에서의 법제도화의 필요성은 더욱 명백해 보인다. 제도화가 되지 않을 경우, 다양한 유형의 소비자 피해가 발생할 우려가 있기 때문이다. 특히 소비자 보호에 있어서 단순히 영업행위를 규제하는 측면만 있는 것이 아니다. 소비자 피해 문제가 발생했을 때 책임의 소재를 가리고 적절한 보상을 해주는 문제가 더욱 중요할 수 있다.

금융플랫폼은 그 특성상 다수의 금융회사와 금융상품이 복합적으로 얽혀 있는 구조이다. 따라서 어떠한 문제나 소비자 피해가 발생했을 때 신속하게 책임소재를 규명하고 보상하는데 어려움이 있다. 이 경우 금융소비자는 기존의 단순한 금융거래 체계에서 보다 훨씬 더 큰 어려움을 느낄 수 있다. 실제로 금융플랫폼을 이용하던 도중 해킹이나 피싱으로 인해 피해가 발생한 경우, 소비자는 플랫폼과 금융회사 사이에서 적절한 보상을 받지 못하고 어려움을 겪는 경우가 많이 발생하고 있다. 이러한 점을 고려하여 금융플랫폼 제도화시 플랫폼의 1차적인 책임을 명확하게 규정하고 이후 종국적인 책임은 1차 책임자인 플랫폼이 최종 책임자에게 물을 수 있도록 하는 방식의 제도화가 필요할 것이다.

6. 금융플랫폼 제도화 방향

6.1. 기본 원칙

금융플랫폼을 제도화 하려는 이유는 금융플랫폼의 안정적인 성장을 통해 우리 금융산업에 혁신을 촉진하고 소비자의 만족을 제고하면서 금융산업 전반에 발전을 가져오는데 있다. 따라서 향후 제도화의 세부 방안을 결정하는데 있어서 이러한 관점에 따라 검토한다.

특히, 앞서 설명한 바와 같이 우리나라는 아직 미국 등 주요국의 빅테크와 같은 거대한 금융플랫폼이 없는 상황이며, 서비스의 범위도 금산분리 원칙, 1사전속 규제 등에 따라 일부 결제, 송금분야에 집중되어 있는 등 매우 제한적인 상황이다. 따라서 단순히 거대해지는 플랫폼을 제한하고 독과점을 해소한다는 일방향적 측면에서 제도화 하려는 것이 아니라, 금융산업의 발전을 촉진한다는 측면 역시 제도화 과정에서 반영되어야 한다. 이러한 점에서 금융플랫폼의 제도화 주체는 ‘동일기능-동일규제’의 큰 관점에서 금융산업 발전과 금융안정을 담당하고 있는 금융위로 하되, 플랫폼의 독과점 문제는 공정위와 그리고 개인의 정보보호 문제는 개인정보보호위원회와 유기적인 협력체계를 구축하는 방식이 바람직할 것이다.

또한, 금융플랫폼이 가지고 있는 종합적이고 네트워크적인 측면을 고려해서 기존 금융업이 가지고 있는 업권별 제도, 사전적 규제, 경직적인 규율체계를 탈피하여, 금융업과 비금융업권을 모두 포괄하고, 규제는 플랫폼의 규모나 사업의 범위에 따라 탄력적으로 적용될 수 있도록 하며, 사전에 모든 것을 제한하기 보다는 원칙을 정하고 위반시 적절하게 처벌할 수 있는 사후적 규제 체계로 설정하는 것이 필요하다.

세부적인 제도화 방안은 앞서 살펴본 4가지 핵심 유형의 규제를 중심으로 논의할 것이다. 다양한 의견을 제시하고 이를 비교 분석한 뒤 실제 우리나라에 적용하기에 적합한 방안을 결론으로 제시하고자 한다, 그리고 이러한 논의를 하는데 있어서 판단의 기준은 금융플랫폼의 필요성에서 논의했던 금융혁신 촉진, 금융시스템 안정, 산업발전 및 경쟁촉진, 금융소비자 보호라는 4대 관점이 될 것임을 미리 밝혀 둔다. 한편, 새로운 제도화는 기존 제도와 상충되거나 충돌될 가능성을 언제나 내포하고 있다. 필요에 의해서 새로운 제도를 도입하지만, 그 과정에서 기존의 금융시장의 질서나 안정이 훼손되지 않도록, 이를 고려해 가면서 신중하게 제도화 방안을 모색해야 할 것이다.

6.2. 규제 유형별 제도화 방향

6.2.1. 진입규제

진입규제와 관련해서 가장 먼저 전제되어야 할 내용은 금융플랫폼을 하나의 금융업으로 인정할지 여부이다. 조성훈 (2022)³⁴에 따르면 일반 상거래 온라인 플랫폼의 경우에는 플랫폼 사업자와 이용업체 간의 공정거래 확보가 중요한 반면, 금융산업의 경우에는 특정 금융상품과 서비스 시장에서 플랫폼 사업자와 금융회사가 직접적으로 경쟁하는 방향으로 전개될 가능성이 크다. 또 많은 경우 플랫폼 사업자가 기존 금융회사와의 제휴를 통하여 진출하기도 하는 만큼, 경쟁은 한층 복잡한 양상을 띠게 될 것이다. 따라서 금융플랫폼을 금융시장에서 경쟁하는 하나의 금융업으로 인정하고 제도화를 추진하는 것이 바람직 할 것이다.

이러한 관점에서 세부적으로 논의할 사항은 다음과 같다. 첫째, 비금융회사도 금융플랫폼업에 진입하여 금융업을 영위할 수 있도록 허용할 것인지 여부이다. 이는 우리 금융업법 제도가 오랫동안 유지해 왔던 금산분리 원칙에 전면적으로 반하는 내용이므로, 이러한 제도가 가지고 올 장점과 단점을 종합적으로 고려하여 결정할 필요가 있다.

한편, 진입규제 있어 또 다른 중요한 요소는 건전성 관련 규제이다. 지금까지 우리 금융업권은 업권별로 유사한 규모를 가지고 있었기 때문에 자본금 요건이나 물적, 인적 요건도 단일하게 규정되어 있었다. 그러나 금융플랫폼은 아주 작은 스타트업부터 대기업까지 기업의 규모가 매우 이질적일 수 있으며 영위하는 사업의 난이도와 규모에도 상당한 차이가 있을 것이다. 따라서 진입요건에 어느 정도의 탄력성을 둘 것인지 등을 검토하여야 한다. 이와 함께 금융플랫폼이 도산하거나 영업을 더 이상 영위하지 않게 될 경우에 대비하여 청산 절차도 함께 마련해 두어야 한다. 왜냐하면 금융플랫폼은 사업의 특성이 매우 다양할 수 있어 특정 플랫폼이 시장에서 퇴출 될 경우 그 사업을 그대로 인수할 수 있는 사업자가 제한적이기 때문이다. 이 경우 시장에 상당한 혼란이 발생할 가능성이 존재한다.

금융플랫폼의 진입규제에 있어 특별한 요소는 바로 기술이다. 여기서 기술은 단순히 영업적 아이디어가 아니라, 데이터를 처리하는 AI 기술이나, 정보보안과 같은 디지털 기술 등 기존 금융업과 차별화되는 고도의 기술을

34) 조성훈, 「빅테크에 대한 공정경쟁 규제 동향 및 금융산업 진출 관련 이슈」, 2022.3.

의미한다. 만일 이러한 기술이 전제되지 않는다면 플랫폼으로서의 형식만 갖추어도 사업을 영위하게 되는 문제가 있을 수 있으며, 반대로 이러한 요건을 너무 엄격하게 적용할 경우 스타트업들의 진입 장벽으로 작용할 수 있다. 유사 사례들을 참고하여 적합한 수준을 검토할 필요가 있다.

6.2.2. 영업행위규제

영업행위규제는 매우 다양한 분야에서 논의될 필요가 있을 것이다. 우선 금융플랫폼의 건전성 차원에서 감독당국이 감독하는 금융플랫폼의 범위를 설정할 필요가 있다. 예를들어 일반 상거래업체가 금융플랫폼 사업을 영위하는 경우, 어디까지를 금융감독 범위에 포함시킬지, 그리고 어떻게 건전성 지표를 산정할지 등이 이 문제에 해당된다.

그리고 금융플랫폼의 특성상 다양한 부수업무들이 수반될 수 있으므로 영위 가능한 부수업무의 범위를 설정하여야 한다. 너무 넓은 범위의 부수업무 허용은 금융플랫폼을 규율하는 취지를 훼손할 수 있으며, 과도하게 이를 억제할 경우, 다양한 연계 서비스의 출현을 제약하는 문제를 가져올 수 있다.

영업행위규제는 또한 소비자 보호와도 직결된다. 현행 금융소비자보호법은 일반 금융업권에 대해 상품설명 의무를 부과하고 부당광고를 제한하는 등 개별 상품에 초점을 맞추고 있으나, 금융플랫폼의 경우에는 다양한 상품이 동시다발적으로 거래되는 특징을 가지고 있어 그대로 적용하기 어렵다. 또한 여러 주체들이 상호작용하는 측면에서 어떠한 문제가 발생했을 때 책임 소재를 정하는 문제가 더욱 크게 부각되는 만큼, 형식적인 소비자 보호 규제보다는 실질적인 보호 제도를 마련하는 것이 중요할 것이다.

1사 전속 규제와 비대면 위주의 현행 규제를 어떻게 부작용을 최소화하면서 개선할 것인지도 중요한 논의 대상이다. 왜냐하면 금융플랫폼을 법제도화 할 경우, 다른 금융업법에 따른 금융회사들도 동일한 수준에서 경쟁할 수 있도록 규제를 유사하게 적용해 주어야 하기 때문이다. 이 경우 현행 제도가 사라졌을 때 나타날 수 있는 여러 부작용에도 유의하여야 한다.

한편, 소비자와 대형 금융플랫폼 간에 나타나는 불공정행위와 소비자 피해 문제는 공정경쟁 또는 반독점의 문제라기보다는 소비자 보호 문제의 성격에 보다 가까운 것으로 볼 수 있다. 따라서 금융플랫폼의 소비자 차별 문제와 같은 것들은 영업행위규제에 포함하여 다뤄지는 것이 바람직하다.

6.2.3. 독점규제

금융플랫폼의 독과점 문제는 두 가지 측면에서 제도화에 고민이 필요할 것으로 보인다. 첫째는 규모가 비대해져 시장지배력을 갖게 되는 금융플랫폼이 등장할 경우 지배력 남용을 어떻게 제어할 것인지 여부이다. 이는 공정거래법과의 관계에서도 함께 고민이 이루어져야 한다. 형행 공정거래법이 가지고 있는 시장지배력을 통한 불공정거래 행위에 대한 규제는 그대로 적용받게 하되, 금융플랫폼만이 가지고 있는 특수성은 금융플랫폼법에서 규율하는 것이 타당하다. 다만, 플랫폼의 복잡성 등을 고려할 때 단순히 규모나 정량적 지표를 통해 불공정 거래를 판단하기 보다는 미국의 사례와 같이 일정한 정량, 정성 지표를 바탕으로 규모가 큰 플랫폼을 사전에 지정하고 해당 금융플랫폼에 대해서는 강화된 감독과 모니터링으로 대응하는 것이 보다 효과적일 수 있다.

둘째는 새로운 시장 참여자에 대해 기존의 금융플랫폼이 진입장벽을 두지 못하도록 이를 제한하는 것이다. 여기서는 기존 고객을 유지하기 위한 과도한 마케팅이나 고객의 이동을 제한하는 불리한 계약 등을 규율하는 내용을 포함할 것이다. 물론 이와 별도로 시장 참여자들이 공동으로 사용할 수 있는 기반 인프라에 대한 정비와 지원도 금융플랫폼 제도화에 필요한 요소이다. 오픈뱅킹 사례에서 볼 수 있듯이, 은행권의 금융결제망을 개방하지 않고서는 어떠한 기업도 경쟁력 있는 결제 서비스를 제공할 수 없기 때문이다. 따라서 이러한 공적 성격을 가진 인프라에 대해서는 개방 원칙 하에 신규 진입을 제한하는 요소로 작용하지 않도록 해야 한다.

한편, 우리나라의 금융플랫폼은 아직 초기 단계이고, 경쟁초기에는 소비자의 편익을 제고하는 긍정적 효과가 기대되므로 그 장점을 살리는 방안이 강구되어야 할 것이다. 처음부터 대규모 플랫폼을 전제하여 규제만 강화하는 것이 아니라 일정한 규모 이상으로는 성장할 수 있도록 균형 잡힌 규율이 필요하다.

6.2.4. 데이터규제

금융플랫폼의 요체가 데이터와 네트워크 효과의 상호작용인 점을 감안할 때, 데이터의 보호와 활용에도 균형 잡힌 제도 도입이 필요하다. 먼저 보호에 측면에서, 고객에게 사전에 수집, 활용할 정보를 정확히 공개하고

고객의 선택으로 이루어질 수 있게 하며, 고객에게는 적절한 보상을 줄 수 있어야 한다. 활용 측면에서는 법제도가 과도하게 활용을 억제하기 보다는 보다 자유롭고 다양하게 활용할 수 있도록 해 줄 필요가 있다. 그러나 언제든지 고객이 원하는 경우에는 해당 정보를 삭제, 폐기 하도록 규율해야 한다.

마지막으로 고객에 정보 소유권이 있다면 해당 정보를 보유한 금융플랫폼이 다른 금융플랫폼에 정보를 제공해야 하는지에 관해서도 제도화시 명확히 할 필요가 있다. 고객 데이터가 금융플랫폼 사업에 가장 핵심적인 자산인 만큼, 신중하게 검토되어야 하는데 이를 인정하지 않을 경우 정보독점 문제가 발생할 수 있으며, 반대로 너무 광범위하게 인정할 경우, 금융플랫폼의 정보처리 기술의 형해화를 가져올 수 있기 때문이다.

〈별첨4 : 금융플랫폼 정책토론회 패널토론 주요 발언 정리³⁵⁾〉

가. 김현수 (정보통신정책연구원 연구위원)

○ 금융소비자보호법상의 판매·중개 규제를 온라인플랫폼과 관련하여 별도로 규율하고, 특히 대규모 온라인플랫폼에 대해 별도로 규율하자는 주장은 적절하다고 봄

- 소비자보호 관련하여 EU는 디지털서비스법을 제안하여 모든 온라인플랫폼에 적용하는 규제(정보 제공 등)와 대규모 온라인플랫폼에 적용하는 규제(시스템리스크 평가 등)를 이원화함

○ 빅테크 플랫폼의 불공정행위 규율과 관련하여 적절하게 사전규제 대상이 정해진다면 사전규제가 필요하고, 소관부처는 일반경쟁당국이 아니라 금융감독기관이 되어야 한다고 생각함

- EU 디지털시장법이나 미국 반독점법안 패키지는 사실상 GAFA로 한정되는 요건을 정하고 있는데, 우리나라도 금융서비스별 이용자 수·지속기간 등을 확인하여 규제대상 지정요건을 적절히 설정할 필요가 있음
- 사전규제는 지속적으로 시장을 모니터링하여 기술과 시장의 발전에 맞춰 규제를 재검토하는 것이 필요하기 때문에 전문규제기관이 소관하는 것이 맞다고 봄
 - 사후규제의 경우, 독과점만 일반경쟁당국이 담당하고, 우월적 지위남용 등 불공정행위는 전문규제기관이 담당하는 것이 적절하다고 생각함
 - 자율규제의 경우, 정당성·책임성·조치실효성 등을 확보하기 위해 자율규제기구의 법적 근거가 필요하고, 전문규제기관의 규제법 안에 포함하는 것이 적절함

○ 빅테크 플랫폼에 대한 데이터 이동성 의무화에 대해 적극 동의하지만, 정보의 자기결정권 중심으로 모든 사업자에게 데이터 이동 의무를 부과하는 것은 경쟁 측면에서 바람직하지 않음

- 모든 사업자에게 데이터 이동 의무를 부과하면, 중소기업에게 비용을 발생시킬 뿐만 아니라 중소기업의 데이터가 대기업으로 이동하여 오히려 데이터 독점 현상이 가속화됨
- 따라서 EU 디지털시장법과 유사하게 빅테크 플랫폼에 한해서 실효적인 데이터 이동성 의무를 부과할 필요가 있음

나. 박진석 (금융보안원 본부장)

○ 금융의 디지털전환 가속화, 금융의 디지털외주화, 빅테크의 금융플랫폼 대형화 등에 따라 금융분야 사이버리스크가 금융시스템의 안정성을 위협하는 주요 요인으로 인식되고 있음

- 금융권의 비대면채널 의존도가 심화되고, 금융서비스 처리에 있어 클라우드서비스 제공자 등 제3자 의존도가 지속적으로 증가하며, 빅테크 금융플랫폼이 빅테크의 주력 핵심플랫폼으로 급격하게 부상하고 있음
- 이로 인해 빅테크 플랫폼의 디지털기술리스크, 제3자리스크, 사이버보안리스크 등 사이버리스크가 금융안정을 위협할 가능성이 존재함

○ 현재 국회 계류 중인 전자금융거래법 개정안을 중심으로 금융플랫폼 관련 국내 금융보안 정책방향을 살펴보면 금융보안 대상 확대, 개별 금융기관 차원의 사이버리스크 대응, 제3자리스크에 대한 관리감독 강화가 있음

- 금융보안의 대상을 사이버보안 리스크뿐만 아니라 운영리스크와 금융시스템 안정성 확보를 위한 시스템 리스크 성격의 재난까지 확대하여 정의함
- 위험관리체계 마련, 정보자산의 회복성 확보 등 전자금융업무 지속성 유지를 금융보안 원칙으로 제시하여 개별 금융기관 차원의 사이버리스크 대응에 초점을 맞춤
- 금융플랫폼 사업자 등에게 안정성 확보 의무를 부여하여 제3자리스크를 금융당국이 직접 관리감독할 수 있도록 함

○ 개별 빅테크 금융플랫폼의 사이버리스크가 금융시스템 전체의 시스템리스크로 전이·확산되는 것을 방지하기 위해서는 빅테크 금융플랫폼에 대한 적절한 금융보안 규제 적용과 함께 금융산업 공동 대응이 필요함

- 빅테크 금융플랫폼에 대해 동일행위 동일규제 원칙의 행위기반(Activity-based) 규제뿐만 아니라 금융시스템 안정성 확보 목표 달성을 위한 기관중심(Entity-based) 규제도 필요함
- 금융당국, 금융회사, 수탁자 등 금융보안 생태계 모든 이해당사자가 참여하는 금융보안 통합정보 공유체계를 확대·발전시킬 필요가 있음

다. 이병윤 (한국금융연구원 선임연구위원)

- 금융안정성 확보, 소비자보호 강화, 공정경쟁 마련, 독과점 방지를 만족시킬 수 있다면, 테크기업의 금융업 진출은 시장경쟁 강화, 금융혁신, 새로운 부가가치 창출을 가능하게 하므로 활성화하는 것이 바람직함
 - 금융정책의 목표는 금융시스템 안정성 확보하에 경쟁 및 혁신을 강화하여 소비자후생(소비자보호 포함)을 극대화하고 금융산업의 발전을 도모하는 것임
- 금융안정성과 소비자보호 관련하여 다음과 같은 리스크를 주의할 필요가 있음
 - 비금융회사리스크의 금융업 전이 가능성, 금융회사-테크기업 간 경쟁 강화에 따른 무리한 위험추구, 빅테크의 대마불사(Too-Big-To-Fail) 가능성을 살펴볼 필요가 있음
 - 빅테크의 시장지배력을 이용한 불공정거래 및 소비자보호 이슈를 해결할 필요가 있음
- 공정경쟁 마련을 위해 동일기능-동일규제 적용, 데이터 공유체계 개선, 금융회사의 업무범위 확대 등을 통해 기존 금융회사와 테크기업 간 형평성을 제고할 필요가 있음
 - 동일기능-동일규제 관련하여 테크기업은 기관에 대한 규제가 없기 때문에 동일기능-동일규제만으로 공정경쟁을 마련할 수 없다는 것을 해결할 필요가 있고, 소규모 핀테크가 혁신을 일으키는 부문도 많기 때문에 이들 기업에 대해서 다소 완화된 규제를 적용하는 유연성도 필요함
 - 마이데이터 관련하여 금융회사가 가진 데이터는 대부분 공유되지만 테크기업이 가진 데이터는 일부만 공유되는 비대칭적 데이터 공유체계를 개선할 필요가 있고, 향후 업권별을 넘어서 통합 마이데이터사업도 검토할 필요가 있음
 - 플랫폼기업의 금융업진출에 대응하기 위해 금융회사도 플랫폼업을 할 수 있도록 금융회사 부수업무 확대 및 소유권 규제 완화 등이 필요함
- 빅테크 플랫폼에 대한 기관규제로 금융복합기업집단 규제 적용을 고려해 볼 수 있음
 - 이를 위해서는 플랫폼기업을 금융복합기업집단으로 지정할 수 있도록 규정을 신설하거나 금융복합기업집단으로 지정하지 않더라도 관련 규제 중 일부를 적용할 수 있도록 규정을 바꾸는 것이 필요함
- 독과점 방지 관련하여 실효적인 정책 마련을 위한 추가적인 논의가 필요함
 - '온라인 플랫폼 공평화법'에 대한 추가적인 논의와 함께 자율규제 이외 제재 방안에 대한 검토가 필요함
 - 빅테크 플랫폼의 독과점에 대한 사전규제와 관련하여 개념과 필요성에 동의하지만, 실제로 실행하기는 쉽지 않을 것으로 예상됨

라. 황인창 (보험연구원 연구위원)

- 금융플랫폼에 대한 정책방향을 설정할 때 금융플랫폼사업자(특히 빅테크)에 대한 규제에 초점을 맞추기보다 디지털경제 확산에 따른 디지털금융으로의 전환 관점에서 접근할 필요가 있음
 - 현행 금융업 관련 제도는 금융플랫폼 등 디지털금융과 관련된 다양한 사업모형을 포섭하기 어려울 뿐만 아니라 규제 필요성에 비례하게 규제수단을 적용하기 어려움
 - 따라서 금융업 전반에 걸친 제도개선과 병행하여 금융플랫폼에 대한 제도를 마련할 필요가 있음
- 우선 금융플랫폼이 제공하는 상품·서비스와 금융플랫폼사업자의 사업모형을 최대한 포섭하는 제도를 마련할 필요가 있음
 - 금융플랫폼의 유형을 역할·기능에 따라 ① 금융상품·서비스의 가시성 제고(단순정보 제공), ② 금융상품·서비스의 계약체결 보조(판매·중개), ③ B2B 서비스로서 인프라 제공으로 나눌 수 있음
 - 국내에서는 제도적으로 비교·공시로 인정되기 어려워 금융플랫폼이 금융상품·서비스의 단순정보 제공보다 판매·중개에 국한되어 사업모형을 구현할 수밖에 없음
- 다음으로 금융규제의 목적(금융시스템 안정, 금융소비자 보호)에 맞게 금융규제가 필요한 부분을 선별하고, 선별된 부분에 적용할 구체적인 규제수단을 마련할 필요가 있음
 - 이를 위해 금융당국은 ORSA(Own Risk and Solvency Assessment) 등 활용가능한 정책수단을 통해 금융플랫폼에서 발생할 수 있는 리스크에 대한 정보를 지속적으로 모니터링할 필요가 있음
- 금융플랫폼에서 발생할 수 있는 주요 리스크는 ① 불충분한 정보 제공으로 인한 소비자의 비합리적인 의사결정과 ② 금융·비금융 간 위험전이로 인한 시스템리스크 발생이 있음
 - 온라인상에서 소비자에게 효과적으로 정보를 제공하는 방안에 대한 논의가 필요하고, 묶음(Bundle) 상품에 대한 불안전판매 방지 및 소비자의 고충·불만 처리 절차 보완도 필요할 것으로 예상됨
 - 금융플랫폼에서 발생하는 시스템리스크를 규율하기 위해 업권 수준에서 개별기업에 연결기준을 적용하는 방식 또는 특정 조건을 만족하는 기업을 선별하여 그룹 측면에서 감독하는 방식을 고려할 수 있음
- 금융플랫폼을 효과적으로 규제하기 위해서는 규제당국의 전문성 강화가 중요하고, 여러 규제기관 간 협력이 필요함

35) 보험연구원 정책토론회 「금융플랫폼 정책, 바람직한 방향은?」, 2022.4.22.

7. 법제도화 세부 방안 논의³⁶⁾

7.1. 진입규제

7.1.1. 금융플랫폼 사업자

금융플랫폼 사업자의 자격요건을 검토한다. 우선적으로 논의해야 할 사항은 금융회사 이외의 비금융회사에도 금융플랫폼 사업자의 자격을 부여할 수 있는지 여부이다.

찬성론은 금융플랫폼 사업은 “금융상품” 또는 “금융서비스”를 매개로 이루어지는 사업이지만 그 특성상 플랫폼의 성격이 강하며, 해외 선진국에서도 주로 비금융업자인 빅테크에 의해 주도되고 있음을 강조한다. 우리나라 역시 현재 네이버, 카카오 등 금융플랫폼을 추진하고 있는 사업자들 역시 비금융 사업자이다.

또한, 금융플랫폼은 반드시 자사가 직접 금융상품을 만들어 플랫폼을 통해 공급하는 것이 아니라, 다수의 공급자들로부터 금융상품을 받아 이를 중개해 주는 역할이 더욱 강하기 때문에 반드시 금융업자일 필요가 없다고 주장한다. 오히려 금융회사가 금융플랫폼업까지 함께 할 경우, 자사의 금융상품을 타사 상품에 비해 우대하는 불공정 행위가 나타날 가능성이 높으며, 플랫폼을 통해 확보한 고객의 데이터를 금융플랫폼 사업이 아닌 자산 금융업에 적극적으로 활용할 우려가 있음을 지적한다.

이와 더불어, 금융플랫폼이 가지고 있는 정보의 처리 기술, IT와 AI 기술의 접목 등 본질적으로 금융회사가 하기 어려운 기술적 능력이 요구되므로 오히려 비금융사업자에 의해 금융플랫폼 사업이 이루어지는 것이 바람직하다고 본다.

반면, 반대론은 금융플랫폼 사업자가 시장에 영향력이 큰 기업으로 성장할 경우, 해당 플랫폼에 금융상품을 제공하는 금융회사들은 플랫폼 사업자의 영향력에서 벗어나기 어려우며, 이 경우 플랫폼 사업자가 원하는 방식과 내용의 금융상품을 제공해야 한다는 점을 지적한다. 이러한 일이 발생할 경우, 비금융사업자는 금융플랫폼이라는 도관을 통해 사실상 금융업 인허가 없이 금융상품을 공급하는 금융업을 영위하는 결과로 연결될 수 있다

36) 법제도화 세부방안에서는 각 주제별로 실제로 제기되는 의견들을 논의하고 결론을 도출하여 실제 입법 또는 제도화 과정에서 구체적으로 반영할 수 있는 수준의 내용을 마련하고자 한다.

는 것이다. 특히, 이미 많은 기술 기업들이 공정위가 인정하고 있는 대기업 집단에 포함된 상황에서 이들 기업이 금융플랫폼 사업자로 진출하여 금융업을 간접적으로 영위하게 된다면, 산업에 의한 금융지배로 인해 심각한 문제가 발생할 수 있다고 주장한다.

금융플랫폼의 사업자 범위를 기존 금융업법에 따라 인허가를 받은 금융회사로 한정할 경우, 현재의 상황과 사실상 다른점이 없다는 점에서 금융플랫폼을 제도화하는 목적에 맞지 않다고 생각한다. 따라서 비금융회사도 플랫폼 사업을 영위할 수 있도록 대상에 포함하여야 할 것이다. 또한, 금융회사 역시 자신들의 상품과 함께 다른 금융회사의 상품도 함께 제공함으로써 플랫폼 수익을 얻을 수 있고, 시장에서의 점유를 높일 유인이 있으므로 플랫폼 사업자의 대상에 포함하여 한다.

다만, 비금융업자에게 아무런 제한 없이 금융플랫폼 사업을 허용할 경우, 앞서 논의된 바와 같이 산업의 금융지배 문제가 발생할 수 있으므로 일정한 제한이 필요할 것이다.

금융플랫폼 사업자의 제한 범위는 다음과 같이 생각해 볼 수 있다. 첫째, 비금융사업자의 경우 금융플랫폼 사업자가 되기 위해서는 별도의 자회사 법인(상법상 주식회사로 한정)을 설립하고 기존의 자사 사업과 법률적, 재무적으로 분리하여야 한다. 이 같은 조치는 향후에 금융플랫폼의 시장 퇴출 문제나, 건전성 규제를 적용함에 있어서도 중요하다. 왜냐하면 금융플랫폼 부문이 독립적인 법인이 되지 않을 경우, 기존 사업의 성과에 의해 금융플랫폼 사업의 건전성이 영향을 크게 받을 수 있기 때문이다.

둘째, 금융플랫폼이 가지고 있는 혁신적 특성, 정보 활용 능력, IT 및 AI 기술 요건 등을 감안할 때, 단순히 모든 비금융회사가 영위할 수 있도록 하는 것은 바람직하지 않다. 따라서 위에서 언급한 기술 능력을 보유한 기업으로 한정할 필요가 있다. 현재 유사한 입법 사례가 마련되어 있으므로 이를 참고할 수 있다. 예를들어 인터넷전문은행법에 따라 인터넷전문은행을 영위할 수 있는 비금융사업자는 정보통신, IT 기업 등으로 한정되어 있다.

셋째, 전통적인 금융회사의 경우, 별도의 법인을 설립하지 않고 금융플랫폼 사업을 영위할 수 있으나, 이 경우에도 사업을 분리하고 관리 책임자를 별도로 두어야 할 것이다. 이는 금융플랫폼이 기존 금융업에 무분별하게 예측되지 않고 최소한의 독자성을 갖도록 하기 위함이다.

7.1.2. 금융플랫폼 진입 유형

금융플랫폼을 하나의 독립적인 금융업무로 인정하고 라이선스를 발급할 경우, 그 형태를 허가나 등록 중 어느 형태로 해야 하는지가 문제된다. 금융업의 라이선스는 학문상 개념 차이에도 불구하고 실무적 또는 실정법상으로는 인가, 허가, 등록, 신고 등 다양한 용어로 사용되고 있다. 여기서 금융업 라이선스의 개념들을 모두 정리하는 것은 연구 주제에 맞지 않고 매우 광범위한 작업이므로 생략하고, 실제 금융플랫폼에 적용될 수 있는 수준에서 논의해 본다.

금융플랫폼의 라이선스는 “허가” 여야 한다는 주장이 있다. 여기서 허가란 실무상 용어와 무관히 강학상 “특허”의 의미를 지닌다. 특허는 원칙적으로 금지되어 영위할 수 없지만 공익상 목적에 의해 행정청의 행정행위로서 일정한 업무를 영위할 수 있게 해주는 독점적 형성행위를 말한다. 즉 금융플랫폼업을 영위하도록 허용하는 것이 일정한 범위에서 독점적인 권한을 주는 것으로 보는 견해이다. 이 같은 주장에는 이미 은행업의 경우 특허적 성격을 가지고 있으며, 해당 금융플랫폼은 은행 상품들을 판매, 중개할 수 있을 뿐만 아니라 그 영향력이나 금융시장에 주는 효과가 더욱 크기 때문에 허가로서 규율해야 한다는 것이다. 이 경우 금융플랫폼 사업을 영위하기 위해서는 일정한 요건을 갖추어 금융당국에 신청을 하여야 하고, 실제 모든 요건을 충족한 경우에도 금융당국은 공익적 사정을 고려하여 재량으로서 라이선스 발급 여부를 결정할 수 있는 것이다.

반면, 금융플랫폼은 직접적인 금융상품을 제조하는 것이 아니므로 그 규모에 비해 리스크가 크지 않을 뿐만 아니라, 다양한 플랫폼 사업자가 출현하여 경쟁하는 것이 바람직하다는 점에서 라이선스는 등록 형식을 가져야 한다는 반대 주장이 있다. 등록의 경우, 일정한 요건만 충족하면 금융당국은 별도의 재량을 가질 수 없고 요건 충족에 따라 라이선스를 발급하여야 한다. 결과적으로 진입과 퇴출이 허가에 비해 매우 간단해지고 신속해지는 장점을 가지게 된다.

금융플랫폼의 라이선스 유형을 어떻게 정할지는 해당 금융플랫폼의 규모와 서비스의 범위, 시스템 리스크에 미치는 영향, 사업 난이도, 퇴출시 고객 피해 가능성 등을 종합적으로 고려해서 결정해야 할 것이다. 다만 금융플랫폼의 경우 아직 초창기에 머물러 있어 비교 가능한 데이터가 부족하

고 사업자별로 편차도 크기 때문에 이를 정하는데 어려움이 있다. 한 가지 대안은 금융플랫폼 사업자에 따라 차등적인 진입 유형을 두는 방안이다.

즉, 금융플랫폼 사업자 본인이 직접 금융업 라이선스도 받아 자신의 금융상품을 자사 플랫폼을 통해 제공하는 경우, 자사의 상품을 직접 제공하지는 않지만 비즈니스의 내용이 자금의 중개 등과 관련되어 상당한 리스크를 수반하는 경우, 비록 건전성 차원의 리스크는 크지 않지만 시스템적으로 중요한 역할을 하여 시장 퇴출시 시장에 큰 부담을 주는 서비스를 제공하는 경우 등에는 제1유형으로서 금융당국의 재량에 의한 허가를 부여하는 것이 바람직 할 것이다.

반면, 타사의 상품을 비교, 분석하여 추천하는 경우나, 자금의 실제적인 집중없이 정보 전달을 통해 결제서비스를 제공하는 경우 등 플랫폼 사업의 리스크가 작고, 시스템에 주는 영향이 크지 않은 분야에 대해서는 일정한 요건을 충족하면 플랫폼 사업을 영위할 수 있도록 등록으로 규정하는 것이 타당할 것이다.

[그림 · 표 17] 금융업법상 인허가 등 진입 유형

금융업법상 구분	인허가		등록		
	금융업	은행·보험·증권·카드	저축은행·상호금융	클라우드펀딩 등 금투업등록	할부·리스
강학상 의미	허가 ¹⁾ (특허 ²⁾ 적 성격)		허가 ¹⁾ 또는 강화된 등록 ³⁾	완화된 허가 ¹⁾ (등록적 성격)	등록 ³⁾
진입 요건	객관적 요건(높음) + 주관적 요건		객관적 요건(낮음) + 주관적 요건	객관적 요건(높음)	객관적 요건(낮음)
진입 요건 유지 의무	○	X	○	X	X
행정청의 재량 여지	높음 (요건 갖추어도 진입제한 가능)		중간 (요건 갖추면 진입 허용, 단 요건판단에 재량)	낮음 (요건 갖추면 진입 허용)	

1) 허가 : 법령에 의하여 금지된 행위를 특정한 경우 해제하여 적법하게 할 수 있게 해주는 행위

2) 특허 : 특정인에 대하여 권리를 부여하면서 의무를 부담하게 하는 행위

3) 등록 : 사실이나 법률관계를 행정기관 장부에 등재하고 이를 통해 사실이나 법률관계의 존부를 공적으로 증명하는 행위(실무상 허가와 신고의 중간에 속하는 제도로 운영)

7.1.3. 자본금 등 건전성 관련 요건

금융플랫폼 사업자가 되기 위한 기본 요건은 일반 금융회사와 유사하게 자본금 요건, 인적 요건, 물적 요건이 있을 것이다. 이중 자본금 요건은 금융플랫폼이 안정적으로 운영되기 위해서 필요한 최소한의 자본금이며, 해당 자본금은 진입 요건인 동시에 유지 요건이기도 하다. 자본금 요건이 높을 경우, 시장과 고객에 신뢰를 제공하는 장점이 있는 반면, 일종의 진입 장벽으로 작용해서 경쟁을 제한하는 효과를 가져오기도 한다.

통상 금융업법에서는 영위하는 사업의 리스크와 규모에 따라 업권별로 차등적인 자본금 요건을 두고 있다. 한가지 특징적인 것은 기존 금융업법은 고정된 자본금 요건을 두고 있다는 사실이다. 즉 동일한 금융업인 경우에는 비즈니스의 규모에 관계없이 모두 동일한 최소자본금 요건을 적용받게 된다.

[그림 · 표 18] 금융업권별 최소자본금 요건

	저축은행	여전사 (캐피탈사)	온라인 소액투자중개업 (크라우드펀딩)	금융위 등록 대부업	본인신용 정보관리업
등록· 인허가	인가	등록	등록	등록	인가
법적 지위	주식회사	주식회사	주식회사	법인	법인
최소 자본금	40~120억원	200억원	5억원	3억원	5억원

금융플랫폼의 자본금 요건을 정함에 있어서는 크게 두 가지 측면을 고려해 볼 수 있다. 하나는 해당 금융플랫폼에서 제공하는 서비스의 내용과 리스크에 따라 차등적인 최소자본금 요건을 두어야 한다는 것이다. 앞서 설명한 바와 같이 필요최소자본 규제는 플랫폼 업체가 재무적 위험에 처했을 때 고객에 부정적인 영향을 줄 수 있는 위험을 최소화하기 위해 도입된 측면이 있기 때문이다.

이러한 점을 고려했을 때, 가장 중요한 요소는 금융플랫폼이 고객의 자금을 플랫폼 자신의 계정에 보유, 관리하는지 여부가 된다. 이를 통상적으로 중개기관의 도산 위험이라고 부르는데, 가령 자금이체를 중개해 주는 금융플랫폼을 생각해 볼 수 있다. 이 플랫폼이 A로부터 결제대금을 받아 자신의 계정에 보관하였다가 시간이 지난 후 B에게 지불함으로써 결제를 청산

한다고 가정해 보자. 이때 해당 금융플랫폼이 A의 자금을 B에 보내주기 전에 파산하는 일이 발생한다면 어떻게 될까. 이때 A의 자금은 해당 플랫폼의 파산재단의 일부로 분류되어 플랫폼 사업자의 선순위 채권자에게 지급될 가능성이 높다. 이러한 도산위험은 여러 측면에서 발생할 수 있다. 은행으로부터 대출상품을 중개하면서 일시적으로 자신의 계정에 자금을 보관하는 경우에는 그 규모가 상당히 커질 수 있으며, 그에 비례해서 금융 리스크도 증가하게 된다. 반면, 자금의 보관이 없는 단순 서비스 중개방식도 있을 것이다. 지급결제의 경우에도 플랫폼의 계정을 거치지 않고 A에서 B로 바로 자금 이체가 이루어지도록 할 수도 있을 것이다. 따라서 이러한 영업방식과 서비스 내용의 차이에 따라 차등적인 자본금 요건을 두는 것이 필요해 보인다.

최소자본금 요건의 가장 핵심적인 기준으로써 금융플랫폼 사업자의 자금 보관으로 인한 도산 위험을 제안한다. 즉 도산 위험이 있는 금융플랫폼에 대해서는 최소 제2금융권 수준의 높은 자본금 요건을 부과하고, 도산 위험이 경미하거나, 없는 경우에는 이보다 낮은 자본금 요건을 부과하는 것이 바람직 할 것이다. 이렇게 규제할 경우, 상대적으로 위험이 적은 분야에서는 다양한 참여자들이 경쟁함으로써 경쟁의 긍정적 효과를 얻을 수 있고, 위험이 큰 분야에서는 안정적인 사업자가 진출하게 함으로써 금융안정성을 기대할 수 있을 것이다. 한편, 이 같은 도산 문제는 자본금 요건뿐만 아니라 도산절연을 법에 명시적으로 반영하는 방식도 함께 고려해 볼 수 있다.

<별첨5 : P2P금융의 도산절연 법제도화 사례37>

□ P2P금융업자의 도산 등 발생시 투자자 재산 보호를 위해 연계대출채권을 P2P금융업자와 절연되도록 법률에서 규정

- ① P2P금융업자의 파산·회생절차시 연계대출채권은 파산재단 등을 구성하지 않음(§ 28①)
- ② 연계대출채권은 강제집행 및 보전처분 등의 대상이 되지 않음(§ 28②)
- ③ P2P금융업자의 구조조정 개시시 연계대출채권은 관리대상이 되는 재산을 구성하지 않음(§ 28③)

④ 투자자는 제3자에 대해 우선 변제받을 권리를 가짐(§ 28④)

⑤ P2P금융업자는 연계대출채권을 처분·담보제공하지 못하며 이를 위반하는 경우 투자자에 대해 효력이 없음(§ 28⑦)

→ P2P금융업자의 채권 처분, 제3자의 P2P금융업자에 대한 강제집행 및 도산절차 등에서 투자자는 대출채권 채권자 주장 가능

<별첨6 : 도산 절차 배제 방안 검토>

가. 도산 절연(격리)

□ 도산법의 취지

- 도산절차는 집단적 절차로서 채권자 일반의 공정하고 형평에 맞는 채권회수를 목적으로 함
 - 도산법은 개별 채권자 권리행사와 채권자 일반 이익을 위한 도산재단 확보라는 상충되는 이해관계를 조정하는 제도임

□ 도산 절연(격리)의 필요성

- 도산 절연(격리)란, 도산절차가 신청·개시되면 채권자의 권리행사에 제약이 생기므로 채권자의 권리가 채무자의 도산절차에 영향을 받지 않도록 조치하는 것을 말함
- 채권자가 도산절차에 구속되지 않으면 담보자산에 대한 권리를 행사할 수 있게 되어 채권회수 가능성이 높아져 채무자도 보다 쉽고 낮은 비용으로 자금을 조달 가능
- 금융채권자가 도산절차로부터 예외를 인정받을 필요가 있는 경우에 도산 절연(격리)가 제도적으로 인정됨

나. 금융거래에서의 도산 절연(격리) 유형

37) 온라인투자연계금융업 및 이용자 보호에 관한 법률안 제28조

□ (1유형) 법률에 의한 도산 절연

- 담보자산을 채무자 소유로 그대로 둔 상태에서 ‘법률의 규정에 의하여’ 채무자의 도산절차에 구속되지 않도록 하는 경우
- 이종상환채권법에 따라 은행 등 금융회사가 발행하는 커버드본드 및 한국주택금융공사가 발행하는 주택저당채권담보부채권(MBB)
 - 법률의 규정에 의하여 관련 담보자산이 발행인의 채권자에 의한 강제집행 대상에서 제외되고 발행인의 파산절차나 회생절차에 구속되지 않음

<이종상환청구권부 채권 발행에 관한 법률>

제12조(기초자산집합의 파산절연 등) ① 발행기관이 파산하거나 회생절차가 개시되는 경우 발행기관의 기초자산집합은 발행기관의 파산재단 또는 회생절차의 관리인이 관리 및 처분 권한을 가지는 채무자의 재산을 구성하지 아니한다.

② 발행기관의 기초자산집합은 강제집행(제13조제3항에 따라 우선변제권자의 우선변제를 위하여 강제집행하는 경우는 제외한다), 「채무자 회생 및 파산에 관한 법률」에 따른 보전처분, 중지명령 또는 포괄적 금지명령의 대상이 되지 아니한다.

③ 발행기관에 대하여 기업구조조정 관리절차가 개시된 경우 발행기관의 기초자산집합은 관리대상이 되는 재산을 구성하지 아니한다.

④ 발행기관에 대한 회생절차 또는 기업구조조정 관리절차에 따라 채무의 면책·조정·변경이나 그 밖의 제한이 이루어진 경우에도 제13조에 따른 우선변제권에는 영향을 미치지 아니한다.

⑤ 발행기관은 이종상환청구권부 채권의 상환되지 아니한 잔액이 존속하는 한 이 법에서 정하는 경우를 제외하고는 기초자산집합을 처분하거나 다른 채무에 대한 담보로 제공해서는 아니 되며, 이를 위반한 처분 또는 담보제공은 제13조제3항의 우선변제권자에 대해서는 효력이 없다.

<한국주택금융공사법>

제30조(주택저당채권의 관리) ① 공사는 제2조제1호에 따라 채권유동화의 대상이 된 주택저당채권(주택저당채권을 관리·운용 및 처분함에 따라 취득한 금전 등의 재산권을 포함한다. 이하 이 조, 제31조제3항, 제45조제3항·제4항 및 제68조제1항제3호에서 같다)을 그 외의 자산과 구분하

여 관리하여야 하며, 이를 채권유동화계획별로 구분하여 관리하여야 한다. 다만, 구분하여 관리하는 자산이 금전이면 채권유동화계획별로 그 계산을 명확하게 하는 경우 원본 및 배당수익의 대지급을 제외하고 통합하여 관리할 수 있다.

② 제1항에 따라 구분·관리되는 주택저당채권은 공사의 파산재단(破産財團)을 구성하지 아니한다.

③ 제1항에 따라 구분·관리되는 주택저당채권은 공사의 채권자가 강제집행할 수 없으며, 「채무자 회생 및 파산에 관한 법률」에 따른 보전처분 또는 중지명령의 대상이 되지 아니한다.

④ 「채무자 회생 및 파산에 관한 법률」에 따른 회생절차가 시작된 경우에는 제2항을 준용한다.

□ (2유형) 진정 양도에 의한 도산 절연(격리)

○ 자산유동화 등 구조화금융거래에서 자산보유자가 특별 목적회사(SPC)에 담보권의 설정이 아닌 진정양도 방식으로 대상재산을 양도하는 방식

- 양도담보가 아닐 진정한 소유권 이전으로 인정되는 경우 자산보유자의 도산절차로부터 절연됨

○ 당사자 간의 약정에 의하여 도산절연 효과를 얻는 것임

- 진정양도와 도산절연 효과에 대한 예측가능성 내지 법적 안정성을 확보하기 위해서 자산유동화법은 양도의 요건을 명확히 규정하고 그 요건을 갖춘 자산의 양도를 담보권의 설정으로 보지 않는다고 명시적으로 규정함

<자산유동화에 관한 법률>

제13조(양도의 방식) 유동화자산의 양도는 자산유동화계획에 따라 다음 각호의 방식에 의하여야 한다. 이 경우 이를 담보권의 설정으로 보지 아니한다.

1. 매매 또는 교환에 의할 것.

2. 유동화자산에 대한 수익권 및 처분권은 양수인이 가질 것. 이 경우 양수인이 당해 자산을 처분하는 때에 양도인이 이를 우선적으로 매수할 수 있는 권리를 가지는 경우에도 수익권 및 처분권은 양수인이 가진 것으로 본다.

3. 양도인은 유동화자산에 대한 반환청구권을 가지지 아니하고, 양수인은

유동화자산에 대한 대가의 반환청구권을 가지지 아니할 것.

4. 양수인이 양도된 자산에 관한 위험을 인수할 것. 다만, 당해 유동화자산에 대하여 양도인이 일정기간 그 위험을 부담하거나 하자담보책임(債權의讓渡人이債務者の資力を擔保한 경우에는 이를 포함한다)을 지는 경우에는 그러하지 아니하다.

□ (3유형) 신탁을 이용한 도산 절연(격리)

- 신탁법에 따라 신탁을 설정함으로써 신탁법이 부여하는 신탁재산의 독립성을 이용하여 신탁재산이 위탁자 도산절차로부터 절연하는 방법*

* 수탁자의 도산절차로부터도 절연됨

<신탁법>

제22조(강제집행 등의 금지) ① 신탁재산에 대하여는 강제집행, 담보권 실행 등을 위한 경매, 보전처분(이하 "강제집행등"이라 한다) 또는 국세 등 체납처분을 할 수 없다. 다만, 신탁 전의 원인으로 발생한 권리 또는 신탁사무의 처리상 발생한 권리에 기한 경우에는 그러하지 아니하다.

② 위탁자, 수익자나 수탁자는 제1항을 위반한 강제집행등에 대하여 이의를 제기할 수 있다. 이 경우 「민사집행법」 제48조를 준용한다.

③ 위탁자, 수익자나 수탁자는 제1항을 위반한 국세 등 체납처분에 대하여 이의를 제기할 수 있다. 이 경우 국세 등 체납처분에 대한 불복절차를 준용한다.

제24조(수탁자의 파산 등과 신탁재산) 신탁재산은 수탁자의 파산재단, 회생절차의 관리인이 관리 및 처분 권한을 갖고 있는 채무자의 재산이나 개인회생재단을 구성하지 아니한다.

제25조(상계 금지) ① 신탁재산에 속하는 채권과 신탁재산에 속하지 아니하는 채무는 상계(相計)하지 못한다. 다만, 양 채권·채무가 동일한 재산에 속하지 아니함에 대하여 제3자가 선의이며 과실이 없을 때에는 그러하지 아니하다.

② 신탁재산에 속하는 채무에 대한 책임이 신탁재산만으로 한정되는 경우에는 신탁재산에 속하지 아니하는 채권과 신탁재산에 속하는 채무는 상계하지 못한다. 다만, 양 채권·채무가 동일한 재산에 속하지 아니함에 대하여 제3자가 선의이며 과실이 없을 때에는 그러하지 아니하다.

자본금 요건의 두 번째 측면은 탄력적인 자본금 요건 도입 여부이다. 앞서 설명한 바와 같이 현행 금융업법은 최소 자본금 요건이 설정되면 이후에 사업의 증감과 관련없이 최소 자본금 요건만 충족하면 되도록 설계되어 있다. 이는 금융산업이 성숙되어 있어 규모의 변동이 크게 나타나지 않는 경우에는 적합할 수 있다. 그러나 금융플랫폼의 경우 매우 작은 규모로 시작하더라도 일정한 규모를 달성한 뒤에는 네트워크 효과에 의해 그 규모가 급격히 증가할 수 있다. 따라서 이러한 규모의 급격한 변동 가능성을 고려하여 탄력적인 자본금 요건을 도입할 필요가 있다.

금융플랫폼의 경우, 도산 리스크에 노출된 잔액의 규모와 금융시스템에 미치는 영향 등을 감안하여 자본금 유지 요건을 설정할 수 있을 것이다. 즉 최소 자본금 유지 요건 = 기본 자본금 요건 + $\alpha \times$ 도산위험 노출 자산 + β (α : 조정 계수, β : 시스템 부담 측정 계수)로 설계할 수 있을 것이다. 구체적인 계수의 값들은 실제 통계를 사용해서 결정해야 하므로 여기서는 산정하지 않지만, 개념적으로는 도산 또는 시스템 부담 유발 등 각 사안의 발생 확률에 의해 결정될 것이다. 이러한 탄력적인 자본금 요건 설정을 통해 위험에 비례한 대응 여력을 가지게 함으로써 시장의 신뢰를 제고하고 안정성을 높일 수 있을 것이다.

[그림 · 표 19] 영국 대출형 크라우드펀딩 중개업체의 대출잔액별 필요최소자본

중개업체의 대출잔액	필요최소자본
5천만 파운드 이하	대출잔액의 0.2% = ①
5천만 파운드 초과 2억 파운드 이하	① + 해당 대출잔액의 0.15% = ②
2억 파운드 초과 2.5억 파운드 이하	② + 해당 대출잔액의 0.1% = ③
2.5억 파운드 초과	③ + 해당 대출잔액의 0.05% = ④
필요최소자본	Max(5만 파운드, 대출잔액이 해당되는 ①, ②, ③, 또는 ④ 중 하나)

7.1.4. 청산 절차 마련

금융플랫폼이 일반적인 금융회사와 구분되는 중요한 특징 중 하나는 해당 플랫폼이 영업을 정지당하거나 파산하거나 하는 등으로 사업을 더 이

상 영위하지 못하게 되는 경우, 이를 대체할 수 있는 여타 플랫폼이 나오는데까지는 오랜 시간이 걸린다는 것이다. 예를 들어 특정한 은행이 부실화될 경우 이와 유사한 업무를 하는 다른 은행들이 이를 인수할 수도 있고, 제3의 기관을 통해 구조조정을 거친 후 시장에서 매각할 수도 있다. 이러한 정리 작업을 청산이라고 하는데, 금융플랫폼의 경우에는 워낙 다양한 형태의 비즈니스가 가능하기 때문에 특정 플랫폼이 영업을 더 이상 할 수 없는 경우에도 신속한 구조조정이나 대체가 어려운 것이다. 따라서 시장에 진입하는 순간부터 향후 퇴출되었을 때를 대비한 프로세스를 규정하는 것이 필요하다.

이를 제도적으로 도입하기 위해, 금융플랫폼 사업자가 사업을 개시하기 전에 자신이 가지고 있는 대출채권 등에 대한 관리 및 청산업무 처리 절차를 마련하도록 의무를 부과하여야 할 것이다. 구체적인 방식으로는 법무법인 등 외부기관에 파산 등 영업 중단에 대비하여 대출채권 관리, 상환, 추심, 자금 배분 등의 업무를 위탁하도록 할 수 있다. 이를 통해 해당 플랫폼이 영업을 중단하는 경우에도 제3자를 통해 남아있는 금융거래들을 안정적으로 정리할 수 있고 이는 질서있는 청산을 가능하게 해 줄 것이다.

7.1.5. 기타 진입 요건

앞서 논의한 자본금 요건 이외에 금융플랫폼이 사업을 개시하기 위해서는 일정한 인적, 물적 요건이 필요하다. 인적 요건은 단순히 근무자의 숫자 뿐만 아니라 주요 직책에 필요한 인적 구성이 완비되어 있는지 여부이다. 금융플랫폼의 경우에도 인적 요건은 기존 금융업권과 크게 다르지 않으므로 유사하게 규정할 수 있을 것이다. 다만 금융플랫폼의 특성상 플랫폼 시스템에 대한 관리와 고객 정보 관리가 중요한 만큼, 해당 업무에 필요한 전문적인 인력 요건을 규정함이 바람직 할 것이다.

다만 이러한 인적 요건을 구성함에 있어서는 일정한 유예기간을 두어야 할 가능성이 있다. 왜냐하면 아직 금융플랫폼 시장이 성숙하지 않은 상황에서 무리하게 인적 요건을 강화할 경우, 이 자체가 금융플랫폼 사업에 진입 장벽으로 작용할 수 있기 때문이다.

한편, 물적 요건과 관련해서는 종래의 금융업법에는 실제적인 물적 요건이 요구되었다. 전산설비를 갖추고 있는지, 일정한 규모의 사무실과 지점을 보유 했는지 등이 주요한 물적 요건을 구성하였다. 그러나 금융플랫폼

의 경우 서비스가 온라인 상에서 이루어지고 있으며, 자체적인 전산 설비를 갖추고 있는 경우도 있으나, 규모가 작은 업체들은 대형 전산시스템 회사에 위탁하여 처리하고 있으므로 이러한 현실을 반영하여 요건을 정비할 필요가 있다. 즉 형식보다는 실질에 접근하여 물적 요건을 구성해야 한다.

7.2. 영업행위규제

7.2.1. 1사 전속 규제 폐지

1사 전속 규제란, 금융회사와 제휴를 맺고 해당 금융회사의 상품을 판매 또는 중개하는 자는 반드시 하나의 금융회사에 대해서만 업무를 해야 한다는 규제이다. 이 규제는 모집인들이 여러 금융회사와 제휴를 맺을 경우, 모집인에 대한 금융회사의 자율적인 관리가 어려워지게 되고, 금융시장에 과도한 모집 경쟁이 촉발되어 금융시장의 질서를 훼손할 수 있다는 우려에 따라 만들어졌다. 우리나라는 과거 신용카드 남발 등으로 인한 카드사 태를 겪으면서 모집 질서의 유지가 필요함을 인식하게 되었고, 실제로 이 제도를 통해 일정 부분 시장질서를 안정화시키는 효과를 보았다.

다만, 금융플랫폼은 그 본질상 복수의 금융회사의 상품을 판매하거나 중개할 수 있어야 하므로 1사 전속 규제와는 상충하게 된다. 따라서 금융플랫폼을 제도화함에 있어서 반드시 1사 전속 규제를 해결해야 할 것이다. 이와 관련해서 두 가지 쟁점을 정리할 필요가 있다. 하나는 금융플랫폼에서 1사 전속 규제를 폐지할 경우, 이를 대체하여 모집질서를 유지할 수 있는 대안이 있는지 여부이다. 다른 하나는 기존에 있는 오프라인 모집시장에서도 금융플랫폼과 같이 1사 전속 규제를 폐지해야 하는지 여부이다.

먼저, 금융플랫폼에서 1사 전속 규제를 폐지할 경우 모집질서를 유지하기 위한 규율체계에 대해 먼저 살펴본다. 앞서 설명한 바와 같이 1사 전속 규제는 모집인 또는 모집채널에 대해서 자신의 업무를 위탁한 금융회사의 관리책임을 전제로 하고 있다. 즉 금융회사가 모집인의 자격 요건을 설정하고, 모집인을 고용한 뒤에 모집방식에 대해 교육하고 이를 적절하게 관리하도록 한 것이다. 그리고 모집인이 준수 해야 할 사항 등을 위반할 경우, 해당 모집인을 업무에서 배제하고 그 모집인과 위반사례를 다른 금융회사와 공유함으로써 실질적인 실효성을 확보하게 된다.

그러나 앞으로 금융플랫폼이 제도화될 경우, 플랫폼이 금융당국의 직접적인 감독을 받게 되기 때문에 위탁 금융회사가 금융플랫폼을 지금처럼 관리할 필요가 없게 된다. 양자는 이제 대등한 관계에서 업무 위수탁 등으로 계약을 맺게 되고, 금융플랫폼의 모집 업무에 대해서는 금융당국의 감독을 통해 해결할 수 있을 것이다. 따라서 제도화 과정에서 그동안 모집 질서를 위해 준수해야 할 사항들을 직접적으로 법규에 반영하고, 이를 위반한 경우에는 금융당국이 금융플랫폼법에 따라 해당 플랫폼에 대한 처벌 및 제재 처분을 하여야 한다.

한편, 기존의 오프라인에서 운영되는 모집인에 대해서도 1사 전속 규제를 폐지해야 하는지가 문제가 된다. 찬성론은 기존 모집인들 역시 동일업무 동일규제 원칙에 따라 1사 전속 규제를 폐지하고 복수의 금융회사와 제휴하여 금융상품을 판매, 중개할 수 있도록 해주어야 한다는 입장이다. 반대론은 온라인을 기반으로 하는 금융플랫폼은 감독당국의 직접적인 감독과 통제를 받게되며, 일정한 진입규제로 인해 그 숫자도 통제될 수 있어 1사 전속 규제를 폐지할 수 있으나, 오프라인에서 활동하는 모집인의 경우에는 다수가 존재하고 금융당국이 여전히 직접 감독하는 것이 불가능하므로 모집질서 안정을 유지하기 위해서 1사 전속 규제를 유지해야 한다고 본다.

비록 금융플랫폼과 오프라인 모집인이 비슷한 유형의 업무를 한다고 하더라도, 금융플랫폼은 제도화를 통해 금융당국으로부터 일정한 영업행위 규제를 받고, 공시 의무 등을 부여받는 반면, 오프라인 모집인은 여전히 금융회사에 의한 간접적인 방식으로 관리될 수 밖에 없는 한계가 있다. 만약 오프라인 모집에 대해서도 1사 전속 규제를 폐지하게 된다면, 개별 모집인의 행위에 대한 책임 주체가 모호해지게 되고 이는 결과적으로 금융시장에서 모집 질서가 훼손되는 결과를 가져올 수 있을 것이다.

따라서 금융플랫폼을 제도화함에 있어서 플랫폼 사업자에 대해서는 1사 전속 규제를 완전히 폐지하되, 이에 대응하여 공시의무 부여, 광고 규제 등을 통해 규율해 나가야 하며, 종전의 오프라인 모집인에 대해서는 기존의 1사 전속 규제를 유지하여 소속된 금융회사를 통해 관리하는 것이 가장 타당하다고 본다.

7.2.2. 중개 및 광고 규율

금융플랫폼이 금융상품을 소비자에게 제공하는데 있어서 가장 큰 쟁

점 중 하나는 그러한 행위가 중개인지 아니면 단순한 광고인지 여부에 있다. 여기서 중개행위라 하면 금융플랫폼이 적극적인 위치에서 해당 금융상품이 거래될 수 있도록 소비자에게 청약서류를 제공하고 작성을 도와주는 행위인 반면에 광고는 여러 상품들을 단순히 소개해 주는 것으로 금융플랫폼은 소극적 위치에서 소비자에게 상품에 대한 정보만 제공하게 된다.

이 둘을 구분하는 가장 큰 이유는 현행 금융소비자보호법이 중개인 경우에 한하여 적용되기 때문이다. 즉 금융플랫폼이 중개업무를 하는 경우에는 금융소비자보호법에 의해 중개업자로 등록하고 그 법에 따라 다양한 규제를 적용받게 된다. 반면 광고에 대해서는 일반적인 광고 규제를 제외하고 별도의 특별한 규제가 적용되지 않는다. 이러한 이유로 인해 그동안 일부 금융플랫폼에서는 중개 행위를 광고 행위로 보고 규제 차익을 누려왔으나 최근 금융위에서 이를 명시적으로 중개행위로 보아 앞으로 금융소비자보호법을 적용한다고 발표하였다.³⁸⁾

이와 관련해서, 금융플랫폼을 제도화하는 과정에서 금융소비자보호법과 달리 별도로 광고와 중개의 구분기준을 마련하고 각각 적용되는 규율체계를 반영할지가 문제 된다. 이에 대해서는 앞으로 금융플랫폼의 영업방식의 변화와 금융소비자보호법의 정착 상황을 보아가면 결정하는 것이 바람직할 것이다.

다만, 금융플랫폼의 특수한 성질을 고려할 때, 앞으로 이와 유사한 이슈가 다수 제기되리라 생각되며, 특히 금융소비자보호법은 기존의 오프라인 영업행위를 전제하고 있으므로 금융플랫폼에 그대로 적용하기 어려운 한계가 있을 수 있다는 점을 고려하여야 한다.

예를 들어 금융당국이 광고가 아닌 중개라고 인정한 사례에서 금융플랫폼이 해당 상품은 자신이 제공하는 것이 아니라 특정 금융회사가 제공하는 것이며, 청약 등 모든 절차도 해당 금융회사의 시스템에서 이루어짐을 설명하고 실제 그렇게 진행된다면 실질적으로 광고로 볼 여지도 있기 때문이다. 오프라인의 경우 그러한 구분이 상대적으로 명확한 반면, 온라인이라는 가상 공간에서는 다소 혼재되어 있는 것이 사실이다.

또한 광고 규제 역시, 금융소비자보호법은 오프라인을 전제로 시간대 규제

38) 「온라인 금융플랫폼에 대한 금융소비자보호법 적용 관련 지침을 업계에 설명하는 자리를 마련했습니다.」, 금융위원회 보도자료, 2021.9.9.

와 매체 규제를 적용하고 있으나, 이는 온라인 플랫폼에는 적합한 형태가 아니기 때문에 이 역시 금융플랫폼범에서 독자적으로 규율할 필요가 있다.

〈별첨7 : 금융플랫폼의 중개와 광고 사례〉

① **상품 추천·설명**과 함께 금융상품판매업자와 계약을 체결할 수 있도록 **지원** ⇒ **중개**

② **불특정다수**를 대상으로 **금융거래를 유인**하기 위해 **금융상품 관련 정보**를 게시 ⇒ **광고**

⇒ **'광고'**란 사업자가 자기 또는 다른 사업자의 상품 또는 용역의 내용, 거래조건, 그 밖에 그 거래에 관한 사항을 신문, 방송, 전기통신 등을 통해 소비자에 널리 알리거나 제시하는 행위(「표시광고법」상 '광고'의 정의 차용)

※ 금융상품판매업자가 **특정인 맞춤형으로 광고**를 제공 ⇒ **중개**

③ **특정 금융상품 추천·설명**이 없는 **광고**(예: 배너광고) 클릭 시 계약을 체결할 수 있도록 **금융상품판매업자에 연결** ⇒ **광고**(일반적으로 적극적인 유인행위로 보기 어렵기 때문)

○ **광고에 더하여 청약서류 작성·제출 기능을 지원** ⇒ **중개**

④ **금융상품판매업자가 아닌 자가 이익을 얻을 목적으로 자문에 응하여** 그 소비자로부터 대가를 받고 **상품을 추천*** ⇒ **자문서비스**

* (예) 고객 관련 정보를 분석한 결과를 토대로 적합한 상품을 제시

⇒ **'자문서비스'**란, 이익을 얻을 목적으로 계속적·반복적인 방법으로 금융상품의 가치 또는 취득·처분결정에 관한 소비자의 자문에 응하는 행위(「금소법」상 정의)

○ **금융상품판매업자로부터 특정 금융상품 추천에 대한 대가를 받는 경우** ⇒ **중개**

※ **금융상품판매업자가 웹사이트나 전화를 통해 특정 금융상품에 대한 소비자의 문의에 무료로 답변을 제공** ⇒ **안내 또는 권유***

* (예) 문의내용이 자신에게 적합한 금융상품을 추천해달라는 내용인 경우

⑤ **신용카드 회원 전체에 전자메일로 새로운 금융상품을 안내** ⇒ **광고**

7.2.3. 공시

온라인 매체를 이용하는 금융플랫폼의 경우, 가장 효과적인 영업 규제는 공시규제이다. 왜냐하면 해당 금융플랫폼을 이용하는 고객들은 온라인 사이트에서 모든 업무를 처리하게 되는데, 이곳에 자세한 설명과 내용들이 담겨 있어야 제대로 금융상품을 이해하고 의사결정을 할 수 있기 때문이다.

통상 오프라인 영업에서 가장 중요한 규제는 설명 의무인데, 설명 의무라고 함은 고객에게 상품의 내용과 위험성을 충분히 설명하고, 해당 고객이 그 내용을 모두 이해했음을 확인받음으로써 달성된다. 그러나 온라인의 경우 직접적인 설명이 불가능하며 오히려 제대로 갖추어진 공시가 훨씬 더 소비자를 보호하는데 도움이 된다. 따라서 금융플랫폼 영업행위규제에 공시규제를 반영하는데에는 특별한 이견이 없으리라 생각한다.

구체적으로는 공시규제를 적용하는 방식은 플랫폼 사업자가 자신의 금융플랫폼 등록 여부와 서비스의 내용, 이해관계, 플랫폼 및 상품 가입 또는 해지 방법, 민원처리 등 금융플랫폼 이용과 관련하여 중요한 사항을 소비자에게 명확하게 공시하도록 하여야 한다. 또한 금융플랫폼이 다양한 상품을 취급하게 될 경우, 각 상품별 특성에 맞는 공시 방식을 규정해야 하며, 변화하는 상품에 맞추어 공시제도도 계속 보완해 나가야 할 것이다.

7.2.4. 자기상품 판매

금융플랫폼이 개별 금융업법에 따라 인허가 받은 금융회사인 경우에 대해 자신의 금융상품을 자신의 금융플랫폼에서 판매하는 것을 허용해야 하는지가 쟁점이 된다. 찬성론은 공정한 방식만 확보될 수 있다면 자사 상품을 자신의 플랫폼을 통해 판매하지 못하게 할 이유가 없다고 본다. 특히 자신의 상품을 판매하지 못하게 된다면 현재 모든 금융회사들은 중국적으로 금융플랫폼에 종속될 것이고, 결과적으로 빅테크 중심의 금융플랫폼 독점을 가속화 할 우려가 있다고 본다.

즉 금융회사들도 플랫폼화를 통해 빅테크들과 적극적으로 경쟁하면서 시장에서 경쟁 촉진 효과를 발생시키고 기술기업의 독점을 방지하며 고객에게 더 나은 상품과 서비스를 전달할 수 있도록 허용해야 한다는 것이다.

반대하는 견해의 입장은 다음과 같다. 금융회사가 자신의 금융상품을

자사 플랫폼을 통해 판매하게 될 경우, 자신의 상품이 타 상품보다 경쟁력을 가질 수 있도록 인위적으로 조작할 수 있으며, 불공정한 방식을 사용할 수 있음을 지적한다. 이는 플랫폼으로서의 역할과 금융상품 공급자로서의 역할 사이에 이해가 상충될 수 있음을 의미한다.

금융플랫폼을 제도화함에 있어서 한 가지 중요한 점은 바로 금융플랫폼을 통해 금융시장의 혁신과 경쟁을 촉진해야 한다는 것이다. 그리고 기존의 업권별로 나누어져 역동성을 잃은 금융회사들도 적극적으로 플랫폼 경쟁을 통해 더 나은 서비스를 제공할 수 있어야 한다. 만약 금융회사의 플랫폼 진출을 원천적으로 제한할 경우, 이러한 경쟁과 혁신 촉진의 효과를 누릴 수 없을 뿐만 아니라, 기술 기반의 대형 빅테크에 의해 금융산업이 잠식되는 문제가 야기될 우려도 있다.

다양한 배경을 가진 기업들이 자신의 경쟁력을 통해 시장에서 가장 효율적이고 소비자 만족을 높일 수 있는 서비스를 제공하는 것이 바람직하다는 점에서 금융회사의 플랫폼 진출은 원칙적으로 허용하는 것이 바람직 할 것이다. 다만, 위에서 지적하고 있는 것처럼 금융회사의 이해 상충과 불공정 행위들에 대해서는 일정한 방지 제도를 마련할 필요가 있다.

우선 금융회사가 금융플랫폼업을 겸영하는 경우, 자사 상품을 일정 비율 이하로만 판매할 수 있도록 한도 규제를 할 수 있으며, 상품의 노출과 광고에 있어서도 공정하게 하도록 규제하여야 할 것이다. 또한 사후적 규제로서 자사 상품의 판매 비율 등을 금융당국에 보고하게 함으로써 불공정 행위가 있었는지 여부를 사후적으로 검증할 수 있도록 해야 할 것이다.

또한, 이해상충 문제를 방지하기 위해서는 금융상품을 개발하고 관리하는 사업부서와 금융플랫폼을 관리하는 사업부서간에 방화벽(fire-wall) 마련하도록 하고 두 부서간에 정보 교류를 제한하는 규제를 도입할 필요가 있다.

7.2.5. 소비자보호 등을 위한 주요 규율 사항

금융플랫폼의 이용자를 보호하고, 공정한 거래와 경쟁 환경을 조성하기 위한 다양한 규제 사항들을 반영하여야 한다. 물론 이러한 규제들은 영업행위와 직접적으로 관련되어 있어, 소비자보호의 성격을 띠는 규제임과 동시에 때로는 독점관련 규제의 성질을 띠기도 하고 데이터규제적 성질을 갖기도 한다.

기본적으로 금융플랫폼이 자신의 수수료 등 이해관계에 따라 금융상품 공급자와 금융소비자를 유리하거나 불리하게 대우해서는 안될 것이다. 이러한 차별금지 규정을 마련하여 금융플랫폼 사업자가 금융회사와 소비자에 대해 공정한 서비스를 제공하도록 하여야 한다.

보다 구체적으로, 상대적으로 정보나 능력에 열위에 있는 소비자들이 자신이 희망하는 금융서비스나 금융회사를 자유롭게 선택할 수 있도록 자율선택을 최대한 보장하여야 하며, 소비자 자신의 의사에 따라 계약이 진행되거나 중단될 수 있도록 하여야 하며, 이러한 중단에 따라 소비자에게 불이익이 없도록 이를 영업규제 사항에 명시화할 필요가 있다.

이와 유사하게 금융플랫폼 사업자에 대해 인위적으로 금융소비자가 상품을 조회하거나 선택하는데 있어 영향을 주는 행위를 금지하도록 규정할 필요가 있다. 이러한 검색 기반의 서비스의 경우 플랫폼 사업자는 검색 알고리즘을 설계하는 방식으로 특정한 상품을 배제하거나 집중되게 조작할 가능성이 있기 때문이다.

이를 방지하기 위해서는 ‘팝업 창’ 등으로 특정 상품으로 소비자를 유도하는 행위 등을 금지하고, 금융플랫폼 운영과 관련된 자료를 기록하고 보관(예: 3년) 하도록 의무화하며, 플랫폼 사업자에 대해서는 검색 알고리즘 설명자료를 주기적으로 감독당국에 제출하도록 의무를 부여할 필요가 있다.

또한, 알고리즘의 조작을 통한 불건전 영업행위는 시장질서에 심대한 영향을 주고 소비자의 의사결정을 크게 왜곡시킬 수 있다는 점에서 무엇보다 위반사항에 대해 강도 높은 제재를 규정해야 할 것이다.

한편, 이러한 소비자 보호 규율체계를 마련하는데 있어서는 2020년에 제정된 금융소비자보호법을 참고하는 것이 필요하다. 왜냐하면 이미 금융소비자보호법에서 상당 부분 소비자 보호 규정을 두고 있기 때문이다. 바로 적용 가능한 내용들은 금융소비자보호법을 인용할 수 있을 것이다. 다만, 앞서 설명한 바와 같이 금융소비자보호법은 기본적으로 오프라인 영업방식을 기반으로 규율하고 있기 때문에 온라인, 비대면 기반의 금융플랫폼 영업을 규율하는데 있어서는 양자의 차이점을 충분히 고려해야 한다.

또한, 앞으로 자세히 살펴볼 금융소비자 분쟁 해결과 같이 금융플랫폼만에 차별화된 부분에 있어서는 금융소비자보호법을 동일하게 적용할 수 없을 것이다. 따라서 이러한 문제에 대해서는 금융플랫폼법에서 보다 구체적으로 규율하여야 하며, 양법이 상충되지 않고 조화롭게 금융소비자를 보호할 수 있도록 마련되어야 할 것이다.

<별첨8 : 금융소비자보호법 제정에 따른 주요내용 비교³⁹⁾>

제 도		제 정 전	제 정 후
① 금융소비자			
신설된 권리	청약철회권 (청약철회 시, 소비자 지급금액 반환)	투자자문업, 보험만 법령으로 보장	원칙적으로 모든 금융상품에 보장
	위법계약해지권 (계약해지로 인한 금전부담없이 해지 가능)	없음	
사후 구제	소액분쟁 시 금융회사의 분쟁조정 이탈 금지	없음	허용
	분쟁조정 중 소 제기 시 법원의 소송중지		
	분쟁·소송 시 소비자의 금융회사에 대한 자료요구		
	손해배상 입증책임 전환		설명의무 위반 시 고의·과실 존부 입증에 적용
② 금융회사 등 금융서비스공급자			
사전 규제	6대 판매규제¹⁾	일부 금융업법에서 개별적으로 적용	원칙적으로 모든 금융상품에 적용
	소비자보호 관련 내부통제	법령상 규율 없음 ²⁾	관련 기준 마련 의무 및 관리책임 부과
사후 제재	금전적 제재	과태료 최대 5천만원	징벌적 과징금 도입 ³⁾ 및 과태료 최대 1억원
	형벌	3년 이하 징역, 1억원 이하 벌금	5년 이하 징역, 2억원 이하 벌금
③ 정부			
행정 처분	대출모집인 인허가	개별 금융협회에서 행정지도에 따라 규율	법령에 따라 금융위에 등록 * 대출모집인 외 개별법상 근거 없는 서비스공급자도 동일
	판매제한명령권	없음	소비자 재산상 현저한 피해발생 우려가 명백한 경우 금융위가 발동
인프라	금융상품 비교공시·소비자 보호실태평가 실시근거	행정지도	법령
	금융교육	관련 규정 없음	금융교육 재정지원 및 추진체계 설치근거 마련

1) 적합성·적정성 확인 및 설명의무 준수, 불공정영업행위·부당권유행위 및 허위·과장광고 금지
 2) 「금융회사 지배구조에 관한 법률」은 '직무 전반'에 대해 내부통제기준 마련의무를 부과
 3) 위반행위 관련 수입 등의 최대 50%까지 부과 가능

39) 「금융소비자보호에 관한 법률 국회 본회의 통과」, 금융위원회 보도참고자료, 2020.3.5.

7.2.6. 손해배상 책임

금융상품은 일반적인 상품과 달리 구조가 복잡하고 소비자들이 이해하기 어려운 부분들이 많다. 또한 대다수의 상품과 서비스가 일회적으로 소비되는 것이 아니라 길게는 수 십년 이상 지속되기 때문에 그 어느 분야보다도 분쟁과 손해배상 책임 문제가 많이 발생하는 경향이 있다. 현행 금융업 법규에서도 금융회사와 소비자간에 분쟁이 있는 경우, 손해배상 책임을 어떻게 적용할지를 규율하고 있으나, 대부분 추상적, 선언적 개념으로 이루어져 있어 실제 분쟁을 해소하고 손해배상을 귀속시키는 문제는 대부분 법원의 판단까지 가야 하는 어려움이 있다. 특히 금융회사와 달리 금융 소비자 개개인은 비용과 시간, 그리고 정보의 한계 등으로 인해 분쟁이 발생하는 경우 신속한 손해배상을 받기 어려운 문제가 있다.

금융플랫폼의 경우, 소비자-금융회사의 구조가 아닌 소비자-금융플랫폼-금융회사의 구조로 더욱 복잡한 양상을 가지게 되어 소비자 분쟁을 해소하고 손해배상 책임을 확정시키는데 상당한 어려움이 있을 것으로 예상된다. 따라서 금융플랫폼을 제도화함에 있어, 이러한 손해배상 책임을 명확히 규정하고 소비자 보호 측면에서 실효성 있는 제도를 마련함으로써 금융플랫폼을 이용하는 소비자를 적극적으로 보호하는 것이 필요하다.

이와 관련하여 여기서 논의하여 법규에 반영해야 하는 사항은 크게 3가지로 나누어 볼 수 있다. 첫째, 금융회사의 잘못에 대한 금융플랫폼의 우선 책임이다. 이것을 좀 더 풀어서 설명하면, 금융플랫폼을 이용하는 공급자로서 금융회사가 위법 또는 과실에 의해 금융소비자에게 피해를 입힌 경우, 금융소비자 입장에서는 어디서부터 문제가 발생하였는지, 또 누구의 잘못인지를 정확히 알기 어렵게 된다. 따라서 소비자는 자신이 직접 접촉하고 있는 금융플랫폼사에 의지할 수 밖에 없다. 이러한 점을 반영하여, 소비자의 분쟁이 있는 경우 또는 소비자의 피해가 있는 경우에는 최종적인 책임과 무관하게 우선 금융플랫폼이 대소비자 관점에서 우선 피해를 보상하도록 제도화 하는 것이다. 소비자에 대한 책임 보상이 완료된 이후에는 금융플랫폼과 금융회사 사이에서 최종적인 책임 소재를 가리게 된다.

이 제도가 도입되면 소비자는 더 이상 누구의 잘못인지를 본인이 직접 확인하거나 입증할 필요가 없어지게 된다. 자신의 피해가 발생했고 그것이 금융플랫폼 또는 금융회사의 잘못인 것만 입증하면 즉각적으로 피해를 보상받을 수 있기 때문이다. 이를 위해서 금융플랫폼은 고객이 가입할 당시

에 책임보상과 관련된 이러한 제도의 내용을 설명하도록 의무를 부여할 필요가 있을 것이다.

둘째, 입증 책임의 문제이다. 실제 소비자분쟁에 들어가면 가장 어려운 점 중 하나가 소비자가 금융회사의 불법을 입증하는 것이다. 정보가 부족한 소비자 입장에서 고도로 복잡한 금융상품의 불법성을 입증하는 일은 쉬운 일이 아니다. 이러한 점을 고려하여 금융업법에서도 소비자의 입증책임 부담을 완화하려는 움직임이 지속적으로 있어 왔다. 그러나 반론도 만만치 않다. 소비자의 입증부담을 완화할 경우, 과도한 금융분쟁을 야기하고 금융회사에 부담을 가중시켜 결과적으로 금융비용이 증가함으로써 금융소비자의 편익을 훼손할 수 있다는 것이다. 특히 보험의 경우 매년 수 만건의 보험사기가 발생하는 현실을 고려할 때 무조건적으로 금융회사에 입증책임을 부과하는 것은 바람직 하지 않다고 보는 것이다.

그러나, 금융플랫폼의 경우, AI와 복잡한 알고리즘 등을 활용하여 금융상품을 판매하고 있을 뿐만 아니라, 플랫폼과 금융회사로 중첩되어 있는 구조 등으로 인해 소비자가 개별적으로 금융회사와 플랫폼의 위법 사항을 입증한다는 것은 매우 어려울 것이다. 따라서 전향적인 관점에서 위법사항의 입증책임을 플랫폼 또는 금융회사에 두는 것이 바람직하다고 판단한다. 이에 의하면, 어떠한 소비자 분쟁이 발생할 경우, 금융회사나 플랫폼은 그 분쟁에 있어 자신들의 위법사항이 없다는 것을 적극적으로 증명해야 하며, 만약 명확한 증명이 없다면 위법이 있다고 추정하여 소비자에 대해 손해배상을 하도록 하는 것이다. 이 제도는 소비자 보호에 상당한 효과를 기대하게 한다. 동시에 금융회사에 부담이 커질 수 있는 만큼, 보완적인 노력도 함께 이루어져야 할 것이다.

세 번째 제도화 내용이 바로 그러한 보완 사항에 해당될 것이다. 만약 집단적인 금융분쟁이 발생하고 금융플랫폼이나 금융회사가 위법 사항이 없다는 것을 명확하게 입증하지 못할 경우, 금융플랫폼은 가장 우선하여 금융소비자에게 손해 배상을 하여야 할 것이다. 이는 경우에 따라서는 엄청난 금전적 부담으로 작용할 수 있을 것이며 금융플랫폼의 자본건전성을 악화시켜 부실화로 연결될 수도 있다. 한가지 고려 해야 할 사항은 이러한 대규모 분쟁이 있는 경우는 그 금융플랫폼이 상당한 규모를 가지고 시장을 지배하고 있는 경우일 텐데, 만일 소비자 분쟁으로 인해 건전성이 악화되고 종국적으로 영업을 더 이상 할 수 없게 된다면, 금융시스템에 주는 부담은

물론이거니와 금융소비자들의 일상 금융거래에도 엄청난 불편을 야기할 가능성이 있다.

따라서 이러한 문제에 대비하여 금융플랫폼에 손해배상책임을 이행하고 담보할 수 있도록 자신의 자산규모 등에 비례한 보험 또는 공제에 가입하거나 준비금을 적립하도록 의무화 하여야 한다. 이러한 손해배상 책임 준비를 통해 실질적으로 소비자들이 피해를 보는 경우 배상책임을 통해 구제할 수 있으며, 금융시스템에도 분쟁으로 인한 불안 가능성을 방지 할 수 있다. 무엇보다도 금융플랫폼 사업자 스스로 지속적인 영업을 영위할 수 있게 해준다는 점에서 필요성이 크다고 생각한다.

<별첨9 : 개별법상 금융회사의 금융소비자에 대한 손해배상책임>

민법 일반원칙에 따른 손해배상책임

○ 은행법, 보험업법 등은 금융회사 손해배상 규정 없음

- 민법의 손해배상책임 일반원칙(제750조*)에 따라 손해배상책임을 부담하는 것임**

* 민법 제750조 따라 금융회사에 손해배상을 청구하기 위하여는 1) 손해가 금융회사 고의과실에 의해 발생한 사실, 2)가해행위가 위법하다는 사실, 3)가해행위에 의해 손해가 발생한 사실, 4)손해액을 입증해야함

** 여신전문금융업법, 상호저축은행업법 역시 동일하게 금융회사의 손해배상책임규정이 없이 민법 제750조에 따라 책임 부담함

- 이는 명시적으로 손해배상책임을 규정한 대부업 제11조의4제1항 역시 민법의 손해배상책임 일반원칙(제750조)을 확인하는 의미

자본시장법상 손해배상책임

○ 민법상 불법행위 책임은 기본적으로 부담

○ 자본시장법은 다음과 같이 손해배상책임을 규정함으로써 민법에 비

해 투자자 보호 수준을 강하게 규정함

- 금융투자회사의 “설명의무 위반행위” 로 인해 투자자가 손해를 입은 경우에도 금융투자회사에게 손해배상책임 있음을 명시(자본시장법 제48조제1항)
- 손해액의 추정규정을 두어 금융소비자의 손해액 입증에 대한 부담을 경감(자본시장법 제48조제2항)
- 과실에 대한 입증책임 전환규정을 두어 금융소비자의 입증책임부담을 경감(자본시장법 제64조)

7.2.7. 건전성 규제

금융플랫폼에 대해서도 일반적인 금융회사와 같이 건전성 규제를 도입해야 하는지에 대한 논쟁이 있다. 우선, 금융플랫폼 중에서도 금융업 라이선스를 받아 금융상품을 만들고 운영하는 경우에는 해당 금융업법에 따라 건전성 규제를 받게 된다. 다만, 금융회사의 상품을 판매, 중개하거나 지급결제와 송금 등 금융업 라이선스 없이 영위하고 있는 플랫폼 비즈니스 자체에 대해서도 건전성 규제를 도입해야 하는지에 대해서는 다양한 의견이 존재한다.

금융플랫폼이 별도의 상품을 직접 제공하지 않는다면, 금융측면에 리스크가 매우 적거나 없으므로 이러한 경우까지만 건전성 규제를 도입할 필요는 없다는 견해가 있다. 특히, 금융 건전성 규제는 주로 자본적정성, 자산 건전성, 유동성 건전성 등에 초점이 맞추어져 있기 때문에 이미 금융플랫폼에 최소자본금 요건이 도입된 이상 여타의 건전성 규제는 불필요하다고 보는 것이다.

반면, 금융플랫폼이 실제로 플랫폼을 운영하고 서비스를 제공하는 과정에서 금융회사와 고객 사이의 거래에 따라 자금을 자신이 직접 수령하여 보관하는 경우도 있으며, 이로 인하여 발생할 수 있는 도산위험에 대해서도 제도화시 해소방안을 마련하고 있는 만큼, 일반적인 건전성 규제가 도입되어야 한다고 보는 견해도 존재한다.

불필요하게 모든 금융플랫폼에 건전성 규제를 적용할 실익은 없을 것이나, 경우에 따라서는 실제 건전성 규제가 필요한 사안도 있는 만큼, 이 제도의 도입은 금융플랫폼의 성질과 규모에 따라 차등을 두는 것이 바람직할 것이다. 우선 후술할 대형 금융플랫폼(일정 규모 이상의 서비스를 제공함으로써 시장에 상당한 영향력을 갖는 금융플랫폼)의 경우에는 부실화 될 경우 금융시스템과 금융소비자에 미치는 영향이 매우 큰 만큼, 건전성 규제를 적극적으로 적용할 필요가 있다. 또한 고객과 금융회사의 자금을 집금하여 관리하는 경우에도 역시 일정부분 건전성 규제를 도입하는 것이 바람직할 것이다. 그러나 규모가 작고, 고객의 자금을 직접 관리하지 않아 금융리스크가 매우 제한적인 금융플랫폼에 대해서는 안정적이고 지속적인 영업기반 유지와 손해배상 책임을 위한 최소한의 자본금 유지 제도로 충분할 것으로 보인다.

[그림·표 20] 금융업권별 건전성 규제 제도 현황

	은행	금투업	저축은행, 여전사	클라우드펀딩	대부업
기본 건전성 규제	자본적정성, 자산건전성, 유동성 등			-	-
위반시 조치	자본금 증액, 이익배당의 제한 등 경영을 개선하기 위하여 필요한 조치 요구 → 위반시 영업정지 또는 인허가·등록 취소			-	-
자본금 요건 유지 의무	인허가시 자기자본 요건 유지	인허가·등록시 자기자본 요건 70% 유지	-	등록시 자기자본 요건 70% 유지	-
위반시 조치	임원 등 형사 처벌	인허가·등록 취소 사유	-	등록 취소 사유	-

7.3. 독점규제

7.3.1. 독점규제 소관

금융플랫폼은 “금융”과 “플랫폼”이라는 두 가지 측면을 동시에 가지고 있기 때문에 정부의 어느 기관에서 금융플랫폼에 대한 독점규제를 담당할지 즉, 금융플랫폼 독점 규제의 소관을 결정할 필요가 있다.

앞서 금융플랫폼의 주요 특징을 살펴보면 금융플랫폼이 가지고 있는 강력한 네트워크 효과로 인해 자연독점의 성질을 가지게 될 가능성이 높다고 보았다. 이러한 독점 현상은 금융플랫폼으로 성장하는 가운데 경쟁업체들을

하나둘씩 흡수하면서 독점화될 수도 있으며, 빅테크와 같이 이미 다른 분야의 산업에서 독점력을 가진 상황에서 금융플랫폼으로 진출하는 경우도 있을 것이다. 현재 주요국들에서 나타나고 있는 경험적 사례에 따르면 후자의 가능성이 더 높다.

한편, 독점의 양태도 살펴보아야 하는데 왜냐하면 플랫폼은 공급자 측면과 수요자 측면에 대해 각각 독점력을 가지고 있어 일반적인 산업에서의 독점과는 상이한 측면이 있기 때문이다. 이중 플랫폼 사업자와 소비자 사이의 문제는 독점규제 그 자체 보다는 소비자보호 규제를 적용하는 것이 보다 효과적일 가능성이 높다. 왜냐하면 독점력과 무관하게 금융플랫폼이 금융소비자에게는 우월적 지위를 이용하여 불공정한 거래행위를 할 수 있기 때문이다. 즉, 앞서 논의한 소비자 보호 규제는 독점 플랫폼이나 독점이 아닌 플랫폼 모두에게 적용될 수 있을 것이다.

조성훈 (2022)⁴⁰)은 플랫폼 사업자와 금융상품 공급자, 즉 금융회사와의 관계에 대해서 현재까지 금융회사가 플랫폼의 이용업체로 들어오는 사례가 거의 없다는 점에 주목하고 있다. 반면, 공정위가 입법을 추진하고 있는 온라인플랫폼공정화법은 플랫폼 사업자와 이용업체 간의 공정거래 확보가 핵심임을 지적하고 있다. 이를 정리해 보면, 금융산업의 경우 특정 금융상품이나 금융서비스 시장에서 빅테크(플랫폼 사업자)와 금융회사 간에는 직접적인 경쟁구도로 전개될 가능성이 높고, 또 많은 경우 빅테크가 기존 금융회사와의 제휴를 통하여 진출하기도 하는 만큼, 공정위가 추진중인 온라인플랫폼공정화법으로 이러한 금융플랫폼의 독점 문제를 규율하기에는 다소 적합하지 않음을 시사한다.

앞서 논의한 사안을 종합해보면, 금융플랫폼으로 인한 독점은 소비자와의 관계보다는 공급자인 금융회사와의 관계에서 발생하며, 금융회사는 플랫폼에 직접 들어가기 보다는 오히려 자사 플랫폼을 통해 빅테크 금융플랫폼과 경쟁할 가능성이 높다. 그리고 향후 후술할 독점규제 대상 플랫폼의 지정 역시 금융시장에 미치는 영향 등을 고려해서 금융당국이 결정해야 할 사항이다. 또한 금융플랫폼 독점의 핵심기반인 금융데이터 역시 그 관리와 활용에 대해서 금융당국이 규율하고 있다. 이러한 특수성 등을 고려하여 금융당국이 금융플랫폼의 독점 문제를 “금융”의 관점에서 관리하는 것이 바람직하며 금융당국과 경쟁당국 간 긴밀한 협력관계의 구축 및 명확한 영역 설정이 제도화시 반영되어야 할 것이다.

40) 조성훈, 「빅테크에 대한 공정경쟁 규제 동향 및 금융산업 진출 관련 이슈」, 2022.3.

7.3.2. 금융상품 공급자에 대한 독점행위 규제

먼저, 금융플랫폼이 금융상품을 공급하는 금융회사에 독점력을 행사하는 경우에 대한 규제사항을 검토하려고 한다. 앞서 설명한 바와 같이 금융플랫폼 시장의 특성상 금융플랫폼이 자사의 플랫폼을 이용하는 금융회사를 상대로 독점력을 행사하는 유형에서 문제가 발생할 가능성은 크지 않다. 다만, 언제든지 가능성이 있으므로 먼저 가능한 유형을 살펴보아야 한다. 공정위⁴¹⁾에 따르면, 대표적인 온라인 플랫폼 사업자의 주요 경쟁제한 행위 유형으로서 ①멀티호밍(multi-homing) 제한 ② 최혜대우(MFN: Most Favored Nation) 요구 ③자사우대(self-preferencing) ④끼워팔기를 규정하고 있다. 각 유형의 위반사례는 금융플랫폼에서도 동일하게 예상할 수 있으므로 공정위가 제시한 경쟁제한 행위의 사례를 참고하여 규율할 수 있을 것이다. 특히 각 유형에도 불구하고 구체적인 사례에 따라 위법여부가 달라질 수 있으므로 향후 금융플랫폼 시장에서 발생하거나 발생할 수 있는 독점행위에 대한 추가적인 사례정리 연구가 필요할 것으로 보인다.

[그림 · 표 21] 온라인 플랫폼 사업자의 주요 경쟁제한행위 유형(공정위)

유형	주요 내용	주요 경쟁제한 효과
멀티호밍 제한	자사 온라인 플랫폼 이용자의 경쟁 온라인 플랫폼 이용을 직·간접적으로 방해	온라인 플랫폼 시장의 독점력을 유지 강화
최혜대우 요구	자사 온라인 플랫폼 상의 거래조건을 타 유통채널대비 동등하거나 유리하게 적용하도록 요구	
자사우대	자사 온라인 플랫폼 상에서 자사 상품 또는 서비스를 경쟁사업자의 상품·서비스 대비 직·간접적으로 우대	온라인 플랫폼 시장의 독점력을 지렛대(leverage)로 연관시장까지 독점화
끼워팔기	온라인 플랫폼 서비스와 다른 상품 또는 서비스를 함께 거래하도록 강제	

41) 「플랫폼 분야의 경쟁제한행위 예방을 위한 심사지침 마련」, 공정거래위원회 보도참고자료, 2022.1.6.

7.3.3. 독점규제 대상 플랫폼 : 지정 금융플랫폼

금융플랫폼에 대한 독점규제는 효율적이고 유연한 규제체계를 마련하는 것이 바람직하다. 왜냐하면 금융플랫폼 자체가 아직 성숙단계에 이르지 않았으며, 앞으로 다양한 분야에서 금융플랫폼으로 진출하고, 금융산업 내에서도 여러 유형의 플랫폼이 출현할 것으로 예상되기 때문이다. 또한 독점규제가 과도하게 광범위하게 적용될 경우, 다수의 금융플랫폼이 규제의 불확실로 인해 혁신적인 서비스를 제공하는데 어려움을 겪을 수 있으며, 감독당국 역시 규제집행에 과도한 행정비용이 소모될 수 있다.

이러한 점에서 최근 미국에서 추진하고 있는 지정플랫폼(covered platform)에 대한 집중적인 독점규제 방식이 하나의 해법이 될 수 있다. 금융플랫폼의 자산규모나, 일일 처리 규모, 모기업의 플랫폼 영향력, 이용 고객자 수 등 여러 지표들을 통해 금융시스템에 중대한 영향을 주거나 또는 플랫폼 이용고객에 우월적 지위를 가질 수 있는 금융플랫폼을 사전에 선정하여 이들 플랫폼에 대해서 집중적으로 관리하는 방식이 보다 효율적인 방식이 될 수 있다. 구체적으로는 한번 지정된 금융플랫폼은 수년간 관리를 받게 되며, 이들 플랫폼은 금융당국에 독점력을 확인할 수 있는 여러 통계들과 독점방지를 위한 노력 등을 정기적으로 보고하도록 의무를 부여할 수 있다. 즉 독점 사례들을 일일이 분석하고 평가하는 현행 일반적인 독점규제 보다는 독점 가능성이 높은 플랫폼을 사전에 지정하고 해당 플랫폼에 집중하여 규제를 실시하며, 스스로 자신의 독점력과 이에 대한 방지 노력을 할 수 있도록 유도하는 것이 보다 적합한 방식이 될 것이다.

7.3.4. 경쟁 금융플랫폼에 대한 독점행위 규제

한편, 금융플랫폼은 자신의 독점적 지위를 이용하여 경쟁업체와의 시장경쟁에서 불공정 행위를 할 수도 있고, 새로운 경쟁자의 출현을 방해하기 위해 자신의 시장 우월적 지위를 사용할 가능성도 있다. 따라서 플랫폼간의 독점행위에 대한 규제 방안 역시 필요하다.

다만, 이 같은 플랫폼간의 관계에 있어서 독점 행위를 증명하는 것은 매우 어려운 일이다. 왜냐하면 독점력 있는 금융플랫폼들이 사용하는 시장장벽이 대체로 AI기술, 데이터 관련 기술, 또는 자사가 구축한 기반 인프라 등이기 때문이다. 신규 금융플랫폼이 진입하는데 장애요소가 독점 플랫폼의 불공정 행위 때문인지, 단순히 기술과 역량의 차이 때문인지를 명확히 구분하기 어

려운 실정이다. 따라서 이러한 유형의 규제에 있어서는 단순히 위반사항을 정하여 처벌하기 보다는 신규 플랫폼을 포함하여 여러 금융플랫폼들이 공정하게 경쟁할 수 있는 기반 환경을 만들어 주는데 집중하는 것이 보다 효과적일 수 있다.

예를들어, 금융위는 지난 2019년 오픈뱅킹 제도 도입을 통해 은행간에 상호 연결되어 있는 금융결제망을 핀테크 기업에게 개방할 수 있도록 조치한 바 있다. 그동안 핀테크 기업들은 지급결제 서비스를 제공함에 있어서 은행들이 구축해둔 결제망을 이용할 수 없었고, 따라서 개별 은행별로 일일이 협약을 맺고 지급결제 서비스를 제공하여야 했다. 이러한 금융결제망 접근성 제한은 지급결제 서비스에 있어 상당한 진입장벽으로 작용하였다. 일부 시장에 빠르게 침투한 업체들은 그나마 상황이 나았지만, 신규로 진출하려는 업체는 은행들과 계약을 체결하지 못해 서비스 시행 자체가 불가능한 상황이었다. 특히 이러한 플랫폼 유형의 서비스는 여러 은행중에 한 은행만이라도 포함되지 않게 되면 서비스의 질이 현격히 낮아진다는 점에서 금융결제망이라는 인프라가 가장 중요한 진입장벽으로 작동한 것이다.

당시 금융위에서 은행권과 핀테크간의 협약을 지원하여 금융결제망을 전 은행과 전 핀테크에 개방하도록 유도하였고 결과적으로 오픈뱅킹은 국민 대부분이 사용하는 혁신적인 지급결제 시스템으로 발전할 수 있었다.

다만, 기존의 인프라가 단순히 공공적인 성격을 가진 것이 아니라 사적 재산인 경우, 그리고 그러한 사적 재산을 구축, 유지하는데 특정한 금융플랫폼의 비용이 수반되는 경우, 이를 공공의 자산처럼 모든 플랫폼 업체에 개방하도록 한다면 공유지의 비극에서 보듯 그 어느 누구도 그러한 인프라 구축을 하려하지 않을 것이다. 이는 독점 문제를 해소하려다 오히려 시장 전반을 잃게 되는 문제를 야기할 수 있다

이 같은 문제를 해결하고 금융인프라가 과도한 진입장벽으로 작동하지 않도록 금융플랫폼의 주요 인프라에 대한 객관적이고 공정한 평가와 점검을 매년 실시하는 방안을 생각해 볼 수 있다. 어떠한 인프라도 순수하게 사적일 수 없으며 동시에 모든 인프라가 공공적이기만 한 것은 아니다. 따라서 주기적으로 인프라의 성격과 현황을 점검하여 공공적인 부분에 한하여 개방하도록 규율할 수 있으며, 사적, 공적 부분이 혼재되어 있는 경우 적절한 가격을 산정하여 신규 금융플랫폼이 이용할 수 있는 기회를 주는 방식으로 제도화해 나갈 필요가 있다.

7.4. 데이터 규제

7.4.1. 데이터 주권

데이터는 금융플랫폼의 경쟁력을 구성하는 가장 중요한 요소이기 때문에 데이터 규제는 금융플랫폼을 규율하는 가장 중요하고 효과적인 수단이라고 할 수 있다. 이러한 데이터 규제를 정비하기에 앞서 금융플랫폼이 가지고 있는 데이터의 주권이 누구에게 있는지를 우선적으로 규명할 필요가 있다. 왜냐하면 데이터의 주권이 누구에게 있는지에 따라 데이터를 이용할 수 있는 권한과 책임이 규정되기 때문이다.

종래에는 데이터의 중요성에 대한 인식이 부족하고 활용 범위가 크지 않았기 때문에 데이터의 소유는 단순히 그 데이터를 보유하고 있는 기업에 귀속된다고 보았고, 데이터 중에서도 개인정보에 관한 사항이 외부에 유출되거나 활용되는 것을 방지하는 측면에서 규제의 논의가 이루어져 왔다. 그러나 근래에 와서 빅데이터, AI 기술 등과 접목되면서 데이터는 해당 기업의 성패를 좌우할 만한 가장 강력한 자원이 되었다. 특히 단순 개인 식별정보가 아닌 소비자의 행동패턴, 선호도, 소득이나 직업 등 비식별정보를 활용하여 많은 서비스가 제공되고 있기 때문에 데이터 중요성은 매우 높아진 상황이다.

이러한 환경과 맞물려 미국, 유럽 등에서는 고객의 데이터 보호 문제가 중요하게 대두되었으며, 그 논의에 첫 단계로 데이터의 주권이 누구에게 있는지가 핵심적으로 논의되었다. 현재 국제적인 기준으로서 확립된 견해는 데이터의 기본적인 주권은 데이터의 원천인 해당 고객에게 있다는 것이다. 이에 따라서 원칙적으로 고객의 데이터를 이용하려는 플랫폼은 데이터의 보유, 관리, 활용, 폐기의 전 단계에서 고객으로부터 사전 동의를 받아야 하며, 고객이 인정하는 범위에서만 이를 활용할 수 있다.

7.4.2. 데이터 독점 규제

금융플랫폼을 제도화 함에 있어서 앞서 논의를 반영하여 금융플랫폼 역시 사전적인 동의를 바탕으로 고객의 정보를 보유, 관리, 활용하도록 규율할 필요가 있다. 다만, 한 가지 중요한 사항이 남게 되는데, 가령 고객의 정보를 가지고 있지 않은 플랫폼이 고객의 동의를 전제로 해당 정보를 가

진 금융플랫폼에게 고객정보를 자신에게 전달해 달라고 요구할 수 있는지가 문제 된다. 고객의 정보는 금융플랫폼에 있어 가장 중요한 자산이기 때문에 고객의 정보의 이동이 고객의 의사에 의해 이루어진다면 플랫폼 시장에서 경쟁이 확대되고 소비자의 만족과 편익도 증가할 수 있게 된다. 만일 이를 인정하지 않을 경우, 데이터 독점에 의해 특정 금융플랫폼이 시장을 지배하는 문제가 발생할 수 있다. 유럽은 데이터 보호 규제 중 하나인 PDS2를 통해 고객이 요구하는 경우 고객정보를 가진 기업이 다른 기업에게 반드시 정보를 제공하도록 의무를 규정하고 있다. 이를 통해 플랫폼 시장에서 데이터 독점을 방지하고 시장에 많은 참여자들이 진출하게 함으로써 경쟁을 촉진하려는 것이다.

우리 역시 금융플랫폼 제도화시 고객정보에 대한 주권은 고객에게 있으며, 고객이 원하는 경우 해당 정보를 안전한 방법으로 다른 금융플랫폼에 제공할 수 있도록 의무와 구체적인 방안을 마련하여야 한다. 이는 마이데이터 산업과도 연결이 될 수 있는데 마이데이터 산업은 허가받은 기업이 정보를 가진 다른 기업으로부터 고객 동의하에 정보를 받아 이를 활용하는 측면에서 의미를 가지는 반면, 금융플랫폼의 정보 제공은 어느 플랫폼이더라도 고객이 요구하면 자신이 보유한 정보를 다른 플랫폼에 제공한다는 측면에서 의미를 가지게 될 것이다.

다만, 이 경우에도 해당 플랫폼이 정보를 가공하여 새롭게 창조한 정보나, 그 가공 기술에 대해서는 해당 플랫폼이 소유권을 가지게 되므로 제공해야 하는 정보의 범위에서 배제될 것이다. 금융플랫폼 제도화시 이러한 구체적인 범위를 적절하게 설정할 필요가 있다.

7.4.3. 데이터 활용 규제

데이터의 활용 방식은 매우 다양한데, 크게 두 가지로 분류해 볼 수 있다. 하나는 고객의 데이터를 통해 고객에게 유리하게 사용하는 경우이다. 예를들어 고객의 선호나 소득 수준 등의 정보를 활용하여 맞춤형 대출상품, 보험상품을 제공하는 것을 생각해 볼 수 있다. 이 경우 고객은 자신의 정보가 제공됨으로써 자신에게 필요하거나 유리한 상품을 공급받을 수 있게 된다. 신용정보가 없는 개인사업자들의 경우 자신의 사업장 매출액 정보를 간접적으로 활용하여 대출받는 것 또한 유사한 방식이라고 할 수 있다.

반면, 고객의 정보제공이 고객을 특정 상품으로부터 배제하는 용도로

사용되는 경우도 있을 것이다. 가령 운전정보를 바탕으로 자동차 보험 상품을 증개해주는 플랫폼의 경우, 고객의 운전 정보를 통해 해당 고객에게 서비스를 제공할지 여부를 결정할 수 있을 것이다. 물론 사례와 같이 단순한 경우에는 고객도 충분히 예측이 가능하기 때문에 문제가 되는 경우가 많지 않을 것이다. 그러나 빅데이터를 활용하는 금융플랫폼을 생각해 봤을 때, 어떤 고객이 대출에서 거절당한 이유를 하나의 데이터에서 찾기는 매우 어려울 수 있다. 자신이 제공한 수많은 데이터를 종합해서 얻은 결과이고 그 알고리즘을 알 수 없기 때문에 이것을 분석하기는 현실적으로 불가능하다.

이 문제에 대해서는 아직까지 명확하게 결론을 내리기 어려운 측면이 있다. 다만 정보를 통해 가지게 되는 이익과 불이익은 모두 함께 이루어져야 한다는 것이다. 만약 유리한 정보만 이용 가능하게 규제하게 되면, 금융플랫폼 시장에서는 레몬마켓(lemon-market)에서 발생하는 정보비대칭으로 인한 비효율이 발생하게 될 것이다. 금융플랫폼들은 고객 정보를 평균화하여 상품을 만들게 되고, 좋은 데이터를 가진 고객들은 불리한 조건에서 해당 시장을 떠나가게 될 것이다. 시장에 점점 부정적 정보를 가지고 있는 고객이 늘어날수록 이러한 현상은 심화되고 결국 플랫폼 시장은 더이상 유지될 수 없을 것이다. 따라서 유불리를 가리지 않고 데이터가 공정하게 활용되어야 한다. 다만 고객이 어떤 이유에서 그 정보가 불리하게 작용하였는지 알 수 있도록 이를 안내, 설명할 수 있는 보완책이 함께 마련되어야 한다.

7.4.4. 데이터 보안 규제

데이터가 중요한 자산으로서 활용되기 위해서는 무엇보다도 금융플랫폼의 데이터 보안 강화가 중요하다. 금융당국 역시 정보의 안전한 관리를 위해 다양한 데이터 보안 규제를 도입하여 적용하고 있다. 이와 관련하여 가장 중요하게 논의가 되고있는 주제는 바로 망분리 이슈이다. 망분리란 금융플랫폼이 고객의 데이터를 안전하게 관리하기 위해 물리적으로 시스템을 분리하여 관리하도록 하는 것을 의미한다. 이를 통해 고객의 데이터가 강력한 수준에서 보호될 수가 있다. 다만 이러한 물리적인 망분리는 데이터를 활용하는데 있어 많은 불편함과 비효율을 수반하게 된다는 점이다. 또한 단순한 물리적 망분리로 인해 정보 보안 기술에 대한 투자나 개발이 약화될 수 있으며 종국적으로는 데이터 보안, 관리 분야에서 뒤처질 수 있다.

향후 금융플랫폼 제도화 상황에서는 데이터를 관리하는 망을 단순하

게 물리적으로 단절시키기 보다는 플랫폼의 역량 수준에 맞추어 다양한 방식을 인정하는 것이 바람직하다. 이를 통해 기업의 데이터 보안 기술이 발전할 수 있으며, 데이터의 보안과 활용에 균형을 찾을 수 있을 것이다.

다만, 이 경우에도 데이터 보안에 실패한 경우, 이에 대해 책임을 질 수 있도록 엄격한 사후 책임을 규율하는 것이 필요하다. 즉, 보안 기술이 높은 금융플랫폼에게는 보다 유연한 보안 규제를 적용하되, 보안에 실패한 경우에는 반드시 책임을 지도록 하는 것이다.

<별첨10 : 금융분야 클라우드 및 망분리 규제 개선방안⁴²⁾>

< 기본 방향 >

- ① 디지털 신기술이 금융분야에 확대 적용될 수 있도록 클라우드 및 망분리 규제에 대해 전면 재검토
- ② 금융전산사고의 가능성에 대비하여 단계적 제도개선 추진

< (1) 클라우드 규제 개선방안 >

불명확한 업무중요도 평가기준	-	업무 중요도 평가를 위한 구체적 기준 및 절차 마련
중복·유사한 CSP 평가항목	-	중복·유사한 평가항목 정비 (평가항목을 141개에서 54개로 축소)
비중요업무도 모든 이용규제 준수 필요	-	중요·비중요 업무간 클라우드 이용절차 차등화
금융회사 등이 각각 CSP 평가 수행	-	금융보안원 대표평가제 도입
SaaS의 경우 CSP평가에 애로	-	SaaS에 적합한 별도 평가기준 마련
클라우드 이용시 제출 서류간 중복	-	“업무위탁 운영기준 보완사항” 등 제출 간소화
금융당국 사전보고	-	금융당국 사후보고

< (2) 망분리 규제 개선방안 >

획일적·일률적 물리적 망분리 규제	-	개발·테스트 분야 망분리 예외
	-	비전자금융업무 및 SaaS에 대한 망분리 예외 추진(규제샌드박스)
	-	(중장기) 단계적 망분리 완화 추진

42) 「금융분야 클라우드 및 망분리 규제 개선방안」, 금융위원회 보도자료, 2022.4.14.

8. 결론

이 장에서는 지금까지 논의한 내용을 종합적으로 정리하여 결론을 도출한다.

우선 금융플랫폼의 개념과 관련해서는 금융플랫폼 역시 플랫폼의 한 유형이므로 플랫폼이 가지고 있는 주요한 경제적 특성인 간접 네트워크 효과 (inter-group network externality)를 가지고 있음을 확인했다. 그리고 금융플랫폼의 개념을 구성하는 요소로서 금융소비자, 금융서비스 공급업자, 온라인 플랫폼, 금융플랫폼 사업자, 데이터 등 5가지가 있음을 알아보았다. 이를 바탕으로 금융플랫폼을 “인터넷, 모바일 응용프로그램 등 전자적인 장비(온라인 플랫폼)를 통해 금융서비스 공급업자와 금융소비자를 연결하여 각종 금융서비스를 제공하고 그 과정에서 금융소비자의 데이터를 보유·활용하는 시스템”으로 정의하였다.

한편, 금융플랫폼을 플랫폼 사업자가 직접 금융상품을 공급하는지 여부와 플랫폼 사업자가 금융회사인지 비금융회사인지 여부에 따라 크게 4가지 유형으로 분류하였으며, 이러한 분류를 통해 향후 제도화 과정에서 금융플랫폼업의 인허가 등 진입규제와 영업행위규제 등에 있어서 차별화된 제도와 규제가 적용될 수 있을 것이다.

현재 금융플랫폼은 국내외적으로 매우 활성화되고 있는 상황이다. 금융플랫폼 시장 현황을 살펴보면 미국 등 주요 선진국에서는 기존의 금융회사가 아닌, IT 기반의 기술 대기업, 즉 빅테크라고 불리는 기업들에 의해 금융플랫폼 시장이 재편되고 있음을 확인하였다. 우리나라의 경우, 아직 미국 등과 같이 초거대 금융플랫폼이 등장하지는 않았지만, 유사하게 모바일 메신저와 온라인쇼핑몰 등을 기반으로 하여 성장한 기술기업이 금융플랫폼에 진출하여 시장을 확장해 나가고 있음을 살펴보았다.

이러한 금융플랫폼의 규모 확대와 다수의 플랫폼의 시장 진출은 향후 금융플랫폼의 제도화의 필요성을 시사한다. 적절한 제도화가 이루어지지 않을 경우, 다수의 금융플랫폼이 무질서하게 난립할 수 있으며, 이 과정에서 금융소비자의 피해가 발생할 수 있기 때문이다. 또한 특정 금융플랫폼의 과도한 시장지배로 인해 공정한 경쟁이 사라지고 불공정 행위가 발생할 수 있으며 궁극적으로 금융플랫폼 산업의 발전과 혁신에도 부정적 영향을 가져올 수 있다.

이러한 관점에서 미국과 유럽 등 주요 선진국들이 금융플랫폼에 대해 어떻게 제도화해 나가고 있는지를 살펴 보았다. 금융업 제도가 우리와 다르게 Negative 방식으로 이루어져 있는 주요 선진국의 경우에는, 별도의 금융플랫폼 제도화 없이도 금융플랫폼이 자연스럽게 활성화되고 있는 상황이다. 이러한 이유로 이들 국가에서는 금융플랫폼의 육성보다는 독과점 규제를 통한 공정경쟁 확보, 소비자 데이터 보호 등에 초점을 맞춰 제도가 마련되고 있다.

반면, 우리나라의 경우 금융업이 Positive 형식으로 이루어져 있어 금융플랫폼 사업 자체의 영위 가능성이 불투명한 상황이므로 금융플랫폼 산업의 성장과 발전이 촉진되지 않는 점을 고려해야 한다. 이를 위해 금융플랫폼업을 명시적으로 금융업으로 인정하고 라이선스를 받을 수 있도록 해주는 제도를 우선적으로 마련하여야 한다. 이와 더불어 금융플랫폼이 소비자를 보호하고 시장의 질서를 유지하며 금융시스템 전반에 부담이 되지 않도록 다양한 규제방안을 마련할 필요가 있다.

앞서 논의를 바탕으로 구체적인 제도화 방안을 검토하였다. 단순히 학술적으로 논의하는 것에 한정되지 않도록 주요 쟁점에 대한 다양한 의견을 소개하고 제도화 기본 방향을 토대로 우리의 실정에 적합한 방안을 제시하였다. 이를 통해 향후 금융플랫폼의 법제도화시 이 연구가 실질적으로 활용될 수 있도록 하였다.

금융플랫폼 제도화 방안은 크게 진입규제, 영업행위규제, 독점규제, 데이터규제 등 4가지 주요 관점에서 검토하였다. 진입규제에 있어서 가장 중요한 요소는 금산분리 원칙을 배제하고 비금융회사에게 금융플랫폼 진출을 허용할지 여부였다. 이에 대한 결론은 금융플랫폼의 혁신과 경쟁을 촉진하기 위해 비금융사업자에게 금융플랫폼 진출을 허용하는 것이다. 또한 종래의 금융업에서 규정하는 자본금 등 진입요건은 금융플랫폼의 규모와 사업범위에 따라 차등적이고 탄력적으로 적용하는 방안을 제시하였다. 이밖에 금융회사와 소비자 사이에 gate-keeper의 역할을 하는 점을 감안하여 도산분리 제도화와 청산절차 마련 의무를 규제방안으로 제시하였다.

영업행위와 관련된 규제는 1사전속 규제의 폐지와 금융소비자 보호에 초점을 맞추었다. 금융플랫폼업이 가지고 있는 복수의 공급자와 복수의 소비자의 연결이라는 특징을 활용하여 이들이 정상적으로 사업을 영위하기 위해서는 현행 1사전속 규제의 폐지가 필요하므로 이를 명시적으로 제도화

할 필요가 있다. 그리고 소비자 보호를 위해서는 온라인 환경임을 감안하여 단순한 설명의무 부과 보다는 공시제도를 적극 활용하도록 하고, 소비자의 선택을 왜곡하거나 특정 상품으로 유도하는 불공정 행위를 방지하는 방안을 포함하여야 한다. 특히 금융플랫폼 구조상 소비자 분쟁 발생시 소비자는 기존의 금융분쟁 보다 훨씬 더 어려운 상황에 놓인다는 점을 감안하여 입증책임의 전환과 금융플랫폼의 우선 배상이라는 과감한 방안을 제시하였다.

독점규제에 있어서는 우선 금융플랫폼에 한하여 금융산업과 금융규제를 담당하고 있는 금융위의 소관으로 두고 일반산업의 경쟁을 담당하는 공정위와 유기적인 협력체계를 구축하도록 제안하였다. 또한 아직 금융플랫폼 산업이 성숙되지 않고 규모가 크지 않은 점을 감안하여 금융플랫폼들이 과도한 독점규제 부담에 노출되지 않도록 사업의 규모가 크고 금융시스템에 미치는 영향이 큰 대형 금융플랫폼을 사전에 지정하여, 지정된 금융플랫폼에 대해서만 집중적으로 관리하는 방식을 제안한다.

공정경쟁을 제한하는 불공정 행위에 대한 다양한 규제를 도입하는 한편, 실효성있게 경쟁이 이루어지고, 많은 사업자들이 쉽게 금융플랫폼업에 진출할 수 있도록 금융플랫폼 사업에 기반이 되는 인프라에 대해 주기적으로 점검하여 공공의 성격을 가진 부분에 대해서는 시장 참여자에게 개방할 수 있도록 하는 방안을 마련할 필요가 있다.

마지막으로 금융플랫폼 경쟁력의 핵심이라고 할 수 있는 소비자 데이터에 대한 규제 방안을 제시하였다. 이와 관련해서 가장 중요한 쟁점은 고객 데이터의 소유권, 즉 데이터 주권이 누구에게 있는지 여부이다. 해외에서 논의된 사항과 소비자보호, 공정 경쟁 측면에서 데이터 주권이 소비자에게 있음을 명확히 하고, 소비자의 선택에 의해 데이터가 수집, 관리, 활용될 수 있도록 제도화 하여야 한다.

반면, 데이터의 활용에 있어 소비자가 원하는 경우 다른 금융플랫폼에 데이터를 제공해야 하는지와 관련하여서는 확정적인 결론에 도달하지 못했다. 이는 현재 추진중에 있는 마이데이터 산업의 진행 경과를 살펴보고, 데이터 전송에 필요한 인프라 구축 등을 지켜보면서 향후 제도화 과정에서 반영할 필요가 있을 것이다. 데이터 규제와 관련해서 최근 가장 중요한 문제는 보안이다. 데이터 보안에 대한 의무와 책임을 규정하는 한편, 종래에 물리적인 망분리 의무화에 대해서는 정보보안과 정보활용의 균형을 유지하고 향후 보안기술의 발전 측면 등을 고려하여 단순히 물리적인 분리방식에 한정하지 않고 보다 유연한 방식으로 개선해야 함을 제시 한다.

<국내외 참고 문헌>

구본성, 이대기 「국내은행의 플랫폼 전략: 현황과 전망」, 금융연구원, 2022.7.

김준산, 「해외 대형은행의 온라인 대출중개 플랫폼 활용과 대응 사례」, KB금융지주 경영연구소, 2022.10.

삼성KPMG 경제연구원, 「빅테크를 통해 바라본 디지털 금융의 방향」, 2022.5.

안수연 외, 「디지털금융시대 금융법 현대화 : 해외 사례 및 시사점」, 2022.

양용현, 이화령, 「미국의 플랫폼 반독점법안 도입과 시사점」, KDI, 2021.8.

윤민섭, 고인목, 빈기범, 「금융상품 온라인 플랫폼 제도화 방향 연구」, 한국금융투자자보호재단 금융위원회용역보고서, 2019.12.

이정은, 「국내 금융플랫폼 발전 현황과 규제이슈」, 2022.5.

이상운, 「유럽연합의 플랫폼 규제 동향」, 외법논집 제44권 3호, 2020.8.

이순호, 「온라인 플랫폼 및 빅테크에 대한 반독점 강화정책의 해외 동향 및 국내 규제감독에 대한 시사점」, 2021.10. 내용을 참고하여 작성

이정우, 「플랫폼을 통한 네트워크 효과와 레버리지 문제」, 2022.

이화령·김민정, 「플랫폼 경제의 시장기제와 정부정책」, KDI 연구보고서, 2017 내용을 중심으로 정리함.

장명현, 「빅테크의 금융서비스 진출에 대한 IMF의 규제 방안 논의」, 해외여신금융동향, 2022.

정승연, 「온라인 플랫폼의 주요 사회적 이슈」, 기업지배구조원 KCGS

Report 12권 3호, 2022.3.

조성훈, 「빅테크에 대한 공정경쟁 규제 동향 및 금융산업 진출 관련 이슈」, 2022.3.

한국은행, 「디지털 혁신에 따른 금융부문 패러다임 전환 가능성」, 국제경제리뷰 제2021-16호, 2021.8.

황현아, 「플랫폼 규제의 현황과 과제: 미국의 논의를 중심으로」, 보험연구원, 2021.9.

Caillaud, Bernard and Bruno Jullien, 「Chicken & Egg: Competition among Intermediation Service Providers」, RAND Journal of Economics, 2003

EBA, 「Report on the Use of Digital Platforms in the EU Banking and Payments Sector」 2021.

Lina M. Khan, 「Amazon's Antitrust Paradox」, The Yale Law Journal, 2016.

Luis M.B. Cabral, David J. Salant, Glenn A. Woroch, 「Monopoly pricing with network externalities」, London Business School, 1997.

<국내외 참고 자료 · 인터넷 사이트 등>

보험연구원 정책토론회 「금융플랫폼 정책, 바람직한 방향은?」, 2022.4.22.

「금융분야 마이데이터 산업 도입방안」, 금융위원회 보도자료, 2018.07.18.

「오픈뱅킹 추진 현황 및 향후 계획」, 금융위원회 보도자료, 2019.10.30.

「은행과 핀테크 기업 모두가 참여하는 오픈뱅킹 서비스가 전면 시행됩니다.」, 금융위원회 보도자료, 2019.12.18.

「금융소비자보호에 관한 법률 국회 본회의 통과」, 금융위원회 보도참고자료, 2020.3.5.

「온라인 금융플랫폼에 대한 금융소비자보호법 적용 관련 지침을 업계에 설명하는 자리를 마련했습니다.」, 금융위원회 보도참고자료, 2021.9.9.

「오픈뱅킹 시행 2년이 만든 디지털 금융혁신 성과」, 금융위원회 보도자료, 2021.12.22.

「플랫폼 분야의 경쟁제한행위 예방을 위한 심사지침 마련」, 공정거래위원회 보도참고자료, 2022.1.6.

「금융분야 클라우드 및 망분리 규제 개선방안」, 금융위원회 보도자료, 2022.4.14.

European Commision, What is digital finance?

(https://finance.ec.europa.eu/digital-finance/what-digital-finance_en)