

## □ 日本 異業種의 金融業 進出 戰略<sup>1)</sup>

- 일본 정부의 금융업에 대한 규제 완화로 편의점 등 異業種의 금융업 진출이 본격화되고 있음
- 이업종의 금융업 진출 전략은 本業의 강화, 목표 고객층 특화, 低요금-高서비스 지향을 원칙으로 함
- 이에 대응하여 기존은행들은 편의점·유통업체와 공동으로 종합금융서비스 체제를 구축하고, 사이버 거래의 활성화에 주력할 계획
- 우리나라에서도 IMT 서비스의 개시와 함께 이동통신업체에 의한 금융서비스가 확대되어 異業種과 금융기관 간의 인터넷 뱅킹 경쟁이 격화될 전망

### 1. '편의점(Convenience Store) 銀行'의 도전

- 夜間에도 입출금이 가능
  - 異業種의 금융업 진출이 자유화됨에 따라 일본의 대표적인 유통업체인 이토요카도 그룹은 은행업 진출을 본격적으로 서두르고 있음
  - 이토요카도의 기본 전략은 이용자의 편리를 최우선적으로 고려하여 심야 영업중인 음식점, 개인 택시 기사 등의 입출금이 가능한 체제를 구축하는 것임
    - 기존 은행의 ATM은 야간引出만 가능하며 入金은 불가능함
  - 이토요카도 그룹은 계열사인 세븐일레븐을 통하여 언제나 입출금이 가능한 일본 최초의 24시간 은행을 지향함
- 점포의 금전출납기가 ATM 기능까지
  - 자스코(株)는 결제를 중심으로 하는 이토요카도와 달리 예금, 론, 보험 등을 폭넓게 취급하는 종합금융서비스회사를 설립할 계획임
  - 점포에 다양한 물건과 금융 상품까지 갖춘 '원 스톱 쇼핑' 체제를 구축하여 편리함을 무기로 고객에 접근한다는 구상임

1) 이 글은 日本經濟新聞 5월 23일-28일간 5회에 걸쳐 연재되었던 '金融を競う-異業種参入の波紋' 기사를 요약·정리한 것임

- 자스코가 벤치마킹하는 곳은 영국 최대의 슈퍼마켓이며 종합금융서비스 기능을 갖춘 테스코社임
  - 同社는 97년에 로열 은행 오브 스코틀랜드社와 합작으로 자회사를 설립하여 은행업에 진출함
  - 테스코에서는 예금 및 론 뿐만 아니라 이용자의 편의를 고려하여 애완동물 보험까지도 취급하고 있음
  - 또한 점포의 금전출납기에서 은행 현금카드로 결제하고 그 자리에서 입출금까지도 가능함
- 은행의 소매 금융에 위협적
- 이러한 추세에 대응하여 일본에서도 금년 3월부터 은행 현금카드로 물건을 구입할 수 있는 데빗(debit) 카드 서비스가 도입됨
  - 기존 은행으로서는 流通系 新은행들의 영업시간 및 네트워크를 무기로 한 상품 판매 전략은 엄청난 위협이 되고 있음
  - 24시간 영업하는 세븐일레븐은 전국에 8,200개의 점포를 갖고 있으므로 전포 등록에서 현금출납(ATM) 기능까지 갖춘 경우 기존 은행의 ATM網은 무용지물이 될 것임

## 2. 新銀行의 競爭 戰略

### ○ 本業 강화의 武器

#### - 그룹 매출 대폭 확대

- NTT 도코모社는 기존 700만 고객의 휴대전화로 인터넷을 접속하여 금융결제 등 자금 이체 서비스를 시작할 예정이며, 이를 위해 컨설팅회사 및 사내 전문 팀을 구성하여 본격적인 준비 작업에 착수
  - 이는 휴대폰 수요자들에게 ‘금융 결제’ 라는 매력적인 요소를 제공함으로써 휴대전화의 보급을 대폭 확대시키려는 것임
- JR東日本(株)은 내년 말부터 수도권에서 발행하는 400만장의 철도 定期券을 IC카드로 교체하여 전자화폐 기능까지도 부여할 예정임
  - 이를 통해 특급권 구입 및 구내 매점 이용과 JR그룹의 호텔 이용까지도 가능하도록 함으로써 그룹의 전체 매출을 대폭 높이려는 것임

- 고객 정보 최대한 활용

- 금융업을 통한 토요타의 기본 전략은 본업 주변의 비즈니스를 강화하고 결제업무를 통하여 자체 고객 정보를 최대한 확보하는 것임
- 장차 금융 자회사는 자동차 론 및 보험이외에 투자신탁 판매에 의한 자산 운용 서비스까지 확대하여 취급할 예정임
- 여기서 획득한 개인 정보를 활용하여 고객 각자의 취향에 맞는 자동차 관련 서비스 및 제품을 공급함으로써 자동차 판매에 시너지 효과를 최대한 올리기 위한 것임

○ 업무 聖域의 붕괴

- 세콤사의 사례

- 세콤은 회원 각 가정에 설치한 '非常 통보기'의 端末을 이용하여 은행, 증권, 보험 등의 종합금융서비스 사업을 시작할 계획임
- 상류층 가입자가 5만 명 이상이기 때문에 이들의 금융 자산 유치를 놓고 은행과 치열한 경쟁을 하게 될 것임
- NTT 데이터는 원래 은행간의 결제 네트워크만을 운영하고 있었으나, 세콤의 요청으로 네트워크의 공공성을 중시하여 은행간의 네트워크에 세콤의 시스템을 접속할 수 있도록 허가함
- NTT 데이터의 네트워크 개방으로 일반 사업자의 은행 서비스 사업이 활기를 띠 것으로 보이며, BS(방송위성)의 디지털화를 겨냥하여 위성방송 사업자들의 TV banking 사업 진출도 가속화될 것으로 보임

- 인터넷 기술의 활용

- 미국의 마이크로소프트사는 지난 4월 기업간의 다른 시스템을 인터넷을 매개로 제휴시키는 新시스템(BizTalk)을 개발함
- 이를 통해 기업간의 물류, 정보, 자금의 흐름을 효율적으로 관리하여 결제에 따른 거래비용을 줄이고 여유 자금을 공동으로 이용하는 것이 가능해짐

- 젊은 층 고객의 공략

- 기존에 대형은행들이 소홀히 취급해왔던 20-30대의 젊은 인터넷 이용자층(인터넷상에서 음악, 게임의 소프트웨어 구입)에 대한 대규모 유인 작전이 전개되고 있음

- 東京電力은 젊은 층을 대상으로 PC를 이용하여 은행 구좌에서 전기요금을 납부하게 함으로써 전력 요금의 납부 지연이나 체납을 방지하고자 함

## ○ 낮은 요금-높은 서비스 수준의 지향

### - 업무 감축으로 낮은 요금 책정

- 내년초 개업 예정인 이토추상사나 미쓰이해상보험등의 네트워크은행들은 인터넷상에서 고객의 소액 결제를 처리할 예정임
- 신은행은 저렴한 요금을 무기로 네트워크상의 浮動客을 끌어들이기 위해 판매기업으로부터 받는 수수료를 은행·신용카드사의 절반 수준인 '매출액의 3%'로 낮추었음
- 신은행의 설립 모체인 日本電子決済企劃(東京 千代田)도 업무 효율성을 철저히 높임으로써 낮은 요금을 실현하고자 함

### - 종합 서비스로 승부

- 소니가 설립할 네트워크 은행은 본점이나 자산운용 서비스의 기능을 강화하는 대신 소니 그룹의 인터넷 관련 사업에 대한 브랜드력을 중시하고, 여기에 결제·금융기능의 서비스도 부가함으로써 인터넷상 매출을 확대하려고 함
- 마이크로소프트는 인터넷 금융의 gateway 화면 서비스를 추진하고 있으며, 이는 크게 늘어나고 있는 인터넷 बैं킹을 겨냥하여 이용자가 한 화면에서 은행을 선택하기 쉽게 하려는 것임

### - 公平성이 상품

- 누구나 접속할 수 있는 인터넷의 公平성을 상품으로 하는 증권회사도 등장
- 소프트뱅크계의 E\*Trade 증권은 인기가 높은 신규 공개주(IPO)의 추천·판매를 인터넷을 통해 공개적으로 운영함으로써 할당시 인터넷 투자가에 대해 公平하게 기회부여
- 수많은 고객들이 누구나 접속할 수 있는 인터넷의 간편함이 금융 업무의 제공자와 고객의 관계를 친밀하도록 만들고 있음
- 인터넷의 부동객을 모으는 데에 있어서 금융계의 기존 상식으로는 받아들여지지 않던 異業種 기업의 지혜가 활용되고 있음

### 3. 既存 銀行의 反擊

#### - 은행 업계의 대응 방향

- 치열한 경쟁 속에서 살아남은 異業種의 참여로 은행들은 적지 않은 위협을 받기 시작하였으며, 異業種과 기존 금융기관들은 동일한 토양에서 서로 경쟁하게 되었음
- 기존 은행들은 노하우를 쌓은 결제 업무 능력을 활용하여 부가가치가 높은 서비스를 기업에 제공함으로써 異業種과의 경쟁에서 우위를 차지하고자 함

#### - ATM의 新전략

- 기존에 대형은행들이 설치·운영한 ATM의 1회 사용료가 220엔인 반면, 편의점의 경우 150엔에 불과함으로써 기존 은행의 ATM 운영 효율성이 떨어짐
- 이에 따라, 위기감을 느낀 은행들은 혁신 작업을 추진, 편의점에 ATM을 대량 설치하고 대신에 편의점 주변에 있는 점포외 ATM(무인 출장소)은 폐쇄
- 금년초 사쿠라은행은 새로운 ATM 전략을 발표하고, 편의점을 소매금융의 최전선으로 삼아 중견 편의점인 AMPM Japan(東京 千代田)의 약 600개 점에 ATM을 설치하는 한편, 금년 여름부터 개인 론의 자동 계약기도 併設할 예정이며, 장차 투자신탁이나 보험도 판매할 계획임

#### - 사이버 백화점에 역점

- ‘미즈호 파이낸셜 그룹’으로서 경영 통합하는 第一勸業은행, 富士은행, 日本興業은행은 유통업체와 공동으로 인터넷상에 가상 백화점을 출점하였고, 12월에는 운영회사를 설립할 예정임
  - 同社は 개인용 컴퓨터, 서적, 식료품에서 여행, 음악 配送까지 광범위한 기업에 대해 참가를 요청하고 있으며, 스스로도 入店하여 투자신탁, 보험, 주식 등을 판매 예정
- 異業種에 영업 주도권을 넘긴 山形縣 莊內 은행은 작년말 자스코와 제휴하여 장내의 현금카드와 자스코 계열의 논뱅크인 신용카드를 합쳐 새로운 카드를 발행
  - 同社は 카드의 가장 눈에 잘 띄는 위치에 ‘자스코’를 새김으로써 자스코의 고객 흡인력을 십분 활용, 단기간내에 1만 회원수를 확보할 수 있었음

- 기업내 사이버 지점 설치

- 스미토모은행은 금년 주요 거래업체를 상대로 종업원 전용 사이버 지점의 설치를 세 일즈하고 있음
- 종업원이 PC를 통해 社内 인터넷 시스템상에 설치한 사이버 지점에 들어가 출장여비의 정산, 업무중 입출금 및 계좌이체 등 서비스를 이용함
- 스미토모 은행은 山之内 製藥會社에서 이를 시험 운영한 결과 좋은 반응을 얻음에 따라 용자상품을 늘리는 등 서비스 내용을 확충하여 영업 확대를 추진하기 시작

#### 4. 示唆点

- 異業種과의 인터넷 뱅킹 경쟁 격화

- 일본내 異業種의 금융업 진출과 경쟁의 본격화가 한국에서도 조만간 가시화될 것으로 전망되며, 특히 IMT 서비스의 개시와 함께 이동통신업체에 의한 금융서비스가 확대되어 異業種과 금융기관간의 인터넷 뱅킹 경쟁이 더욱 격화될 전망이다

(임진국, 정오영)