

A man in a white suit stands in the background, positioned within a large, stylized blue 'S' shape that dominates the right side of the page. The background is a light blue gradient.

금융기관

PFMS **통해 장기적 수익성 확보 주력**

서비스 제공 동시에 고객 정보 추적 및 분석

...새로운 금융상품 개발과 수요 발굴 수익성 향상 효과 기대

개인자산관리란 인터넷 뱅킹 이용자가 은행 계좌, 주식 계좌, 신용카드 대금, 뮤추얼 펀드 수익률, 공과금 등을 확인하기 위해 각 은행 웹사이트들을 각각 오가야 했던 수고를 할 필요 없이 하나의 웹사이트에서 모든 계좌를 통합해 개인의 자산과 부채현황, 잔고 등을 통해 온라인 상에서 투자조언이나 자산관리 등을 받는 것을 말한다.

PFMS는 이제 시장 형성 단계로, 지난해 말 미국을 시작으로 현재는 한 화면에서 개인의 금융자산을 볼 수 있는 계좌통합이 먼저 상용화되어 있으며, 향후에는 보다 실질적인 개인자산관리 기능으로 발전할 전망이다. PFMS의 일종인 계좌통합관리는 금융기관이 장기적으로 고객을 관리하는 차원에서 반드시 필요하다. 예를 들어 이 서비스를 제공하면 고객은 본 서비스 등록 시 모든 금융기관의 계좌번호와 ID/PW를 등록해야 하므로 쉽게 금융기관을 바꾸지 않을 것이다. 따라서 이 시장을 선점한 금융기관만이 다음 단계인 개인 자산관리 시장도 선점할 수 있게 되어 금융기관들이 앞다투어 이 서비스를 도입 중에 있다.

계좌통합관리 서비스는 축적한 기술, 톨, 서비스 등을 통해 서비스의 차별화를 이루고 자산종합관리로 사업영역을 확장할 수 있기 때문에 일시적으로 유행하는 온라인 비즈니스가 아니라 미래의 유망사업을 선점하기 위한 전초전이라고 할 수 있다.

PFMS 국내 현황 및 전망

IMF 이후 경기회복과 전자상거래의 수단으로 이용되면서 신용카드 사용이 급증하면서 유통거래 질서 확립과 신용사회 정착이라는 효과 때문에 정부도 그 활성화 정책마련에 적극적이다. 신용카드 사용 소득공제와 복권제 시행이 그것으로, 이로 인해 소액결제 증가세도 가파르게 상승하였다.

인터넷 뱅킹은 언제 어디서든 인터넷이 있는 곳이라면 가능하

다. 그 편리함만으로도 은행이용자를 줄일만한데 게다가 수수료도 저렴하다. 이런 요인으로 최근 들어 가입자가 하루 5천명 이상씩 증가하고 있고, 2001년 6월 기준으로 그 수가 740만 명에 달한다.

그러나 전자금융이 확대됨에 따라 개인들이 느끼는 불편은 따로 있다. 거래하는 금융기관마다 다른 체계의 각종 아이디와 비밀번호, 인증번호는 편리함을 상쇄시키고 또 다른 불편만을 가중시킬 뿐이다. 또한 금융기관들의 겸업과 퓨전상품, 서비스는 개인의 금융거래와 자산관리에 많은 과제를 안겨준다. 인터넷에서 넘치는 정보량 때문에 허우적대는 사람이 있는 것과 같이 금융거래와 자산관리의 수단들이 다양해지면서 이를 통합하고 컨설팅 해주는 도구가 요구되고 있는 것이다.

금융권은 인터넷시대의 흐름에 따라 소비자 주도의 주문형 뱅킹으로 변화해가고 있기 때문에 고객의 필요에 맞춰 최적의 금융상품을 설계하고 자금을 운용해주는 PFMS서비스 제공이 필수적이라고 판단했다. 여타 금융기관에 비해 상대적으로 높은 은행의 신뢰도를 감안하면 동일한 서비스를 제공하는 비금융권 업체와의 경쟁에서도 승산이 있고 PFMS 서비스를 제공하면서 고객의 정보를 축적해 분석할 수 있기 때문에 새로운 금융상품 개발이나 수요 발굴을 통한 수익성 향상 효과도 거둘 수 있다는 전망에서 PFMS 서비스에 박차를 가하고 있다.

PFMS 업체 현황 및 향후 전망

2000년 6월부터 계좌통합서비스를 시작한 이래 현재 LG캐피탈, 신한은행, 한빛은행, 국민은행, 주택은행과 삼성카드 등 은행, 카드, 보험, 증권 등은 물론 옥션 등 온라인 금융 포털에서도 계좌통합 솔루션 서비스 도입을 추진하고 있다.

핑거, 기웅정보통신, 다우기술, 조이닷컴, 오픈테크, 소프트그

램, 엔머니뱅크 등 30여개 업체(은행권 포함)에서 관련 솔루션을 내놓고 있으며 이중 11개 회사의 솔루션이 상용화되어있다. 가장 활발히 사용되고 있는 것은 핑거의 마이핑거, 한빛은행의 이클립스, 조이닷컴 등이며 이중 선두주자인 마이핑거가 가장 널리 상용화되어 있는 상태이다.

현재 실행되고 있는 계좌 통합관리는 개인재무관리의 출발이다. 그러나 개인

구성요소	주요기능
브라우저 애물레이터	사용자가 마치 금융기관의 웹사이트를 직접 이용하고 있는 것처럼 작동함
스크린 스크레이퍼	금융기관의 웹사이트에서 입수한 화면표시에서 화상 등 여분의 데이터는 제외하고 계좌정보만을 추출, 정보를 Scrape하도록 동작한다는 의미에서 명명됨.
로그인 정보	사용자ID 및 패스워드, 계좌정보를 암호화해서 저장함
계좌정보 데이터베이스	
부가서비스	복수의 금융계좌 자산합계 및 포트폴리오 분석, 어드바이스 기능을 제공함
애플리케이션	
프리젠테이션	계좌정보를 금융기관이나 포털 등 사용자의 인터페이스에 따라 구성해 웹/와이어리스 서버에 전달
웹서버	PC상의 브라우저용으로 계좌정보를 표시함
와이어리스 서버	휴대전화 및 팜탑용으로 계좌정보를 표시함

자산관리의 궁극적 지향점은 향후 개인 재무관리 시스템으로의 발전이다.

계좌 통합관리 서비스를 이용하면 개별 금융거래 기관의 웹사이트를 방문할 필요가 없어지기 때문에 개별 금융기관은 마케팅과 교차판매를 할 기회를 상실하게 되고 고객과의 유대관계도 약해질 수밖에 없다. 게다가 신상품 개발과 투자조언에 필요한 고객분석 자료, 자산부채 현황, 금융거래 행태 등 귀중한 고객 정보와 데이터에 대한 소유권도 상실하게 될 것이다. 금융기관이 자체적으로 계좌 통합관리 서비스를 제공한다면 고객의 자산부채 현황과 모든 금융거래에 관한 자료를 입수해서 고객과의 유대관계를 강화하고 투자조언이나 자산관리 등으로 수익을 창출할 수 있는 새로운 사업기회를 포착할 수 있다.

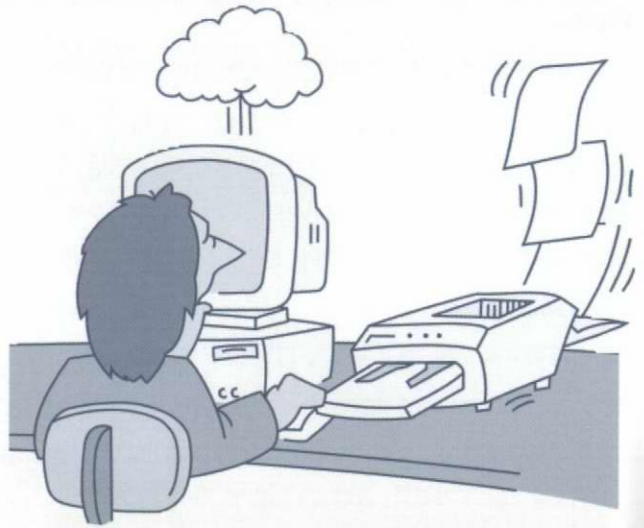
계좌 통합관리 서비스는 일시적으로 유행하는 온라인 비즈니스가 아니라 미래의 유망사업을 선점하기 위한 전초전이다. 계좌 통합관리 서비스를 통해 축적한 기술, 톨, 서비스 등을 통해 서비스의 차별화를 이루고 자산종합관리로 사업영역을 확장할 수 있기 때문이다.

미국 PFMS 시장 현황

현재 미국의 대형 금융기관들은 계좌통합(Account Aggregation)이라 불리는 계좌정보 집약 서비스를 잇따라 도입하고 있으며 소비자가 가지고 있는 복수의 금융거래 계좌의 정보 및 휴대전화 요금, 각종 마일리지 등을 웹이나 휴대전화 등의 화면상에서 알람 표시하는 서비스로 이루어지고 있다. 99년에 어그리게이션이 처음 등장하자 금융기관들은 놀라움과 함께 경계심을 갖고 대했으나, 어그리게이션을 도입한 금융포탈에 대항하고 고객과의 거래관계를 심화하는데 도움이 된다고 판단, 현재는 업계, 단체를 통해 가이드라인 안을 책정하는 등 적극적인 자세를 보이고 있다.

계좌통합은 쿼크닷컴과 같은 금융포탈 사이트들이 먼저 도입했으며 시티그룹 등이 그 뒤를 이었다. 이후 모건 스탠리, 체이스 맨하탄, 메릴린치, 피델리티, 찰스슈왈 등이 연이어 도입하면서 현재는 대부분의 대형 금융기관이 도입하는 등 대형 금융기관들이 잇따라 도입함으로써 미국에서는 계좌통합의 미래가 매우 희망적으로 예측되고 있다.

Celent Communications는 지난 해 10월, 미국의 계좌통합 이용자수는 2003년에 1,900만 명에 달할 것이라는 예측을 내놓았다. 이것은 2000년 3월에 나온 이용자수 예측인 620만 명보



다 무려 1,300만 명 가까이 상향조정된 결과다. 이처럼 상향조정된 이유는 다음과 같다.

금융기관의 자세 변화

2000년 3월 시점에서는 대부분의 금융기관이 도입에 소극적인 자세를 보이고 있다. 그러나 2000년 봄부터 영업부문 등이 실시한 고객조사에서 긍정적인 결과가 나오자 시티그룹, 메릴린치 등과 같은 메이저들이 적극적인 태세를 보이기 시작하고 있다.

위의 회사들 외에도 여러 업체들이 이 분야에 진출해 증권
소규모 금융기관들을 타겟으로 삼아 영업 봄. 또한 미국의 경우 2003년에는 인터넷 뱅킹 이용자가 1,600만 명, 사이버 트레이딩 이용자가 1,400만 명에 이를 전망인데 사이버 트레이딩 사용자 대부분이 인터넷 뱅킹도 이용한다는 점을 고려할 때 이들 인터넷 금융 서비스 이용자들 중 대부분이 계좌통합 서비스를 이용할 것으로 전망된다.

위와 같은 희망적인 보급예측이 나오고 있는 가운데 금융기관들도 경쟁적으로 계좌통합 서비스 도입에 나서고 있다. 계좌통합 서비스는 일반적으로 처음 사용할 때 계좌정보 설정이라는 귀찮은 단계를 거쳐야 하기 때문에 고객이 일단 어떤 계좌통합 서비스를 사용하기 시작하면 후발주자인 다른 회사가 다소 개량된 서비스를 제공하더라도 쉽게 바꾸지 않는 특성을 가지고 있다. 따라서 금융기관들은 치열한 선점경쟁에 박차를 가하고 있는 상황이다.

미국에서 현재 주류를 이루고 있는 계좌통합 기술의 구성요소는 크게 7가지로 나눌 수 있다.

해외 주요 PFMS 벤더

●Yodlee

2000년 11월 현재 이용자수가 43만 명에 달하는 업계 1위의 기업으로 시티뱅크, 체이스 맨하탄, 메릴린치, AOL, 찰스슈왓 등 쟁쟁한 금융기관들이 도입해 주목을 받고 있다. 하지만 시장 진출을 서두른 탓인지 자체 개발한 프로그램이 많기 때문에 시스템의 유연성은 떨어진다는 평가를 받고 있기도 하다. 금융기관 등에 제공하는 제공하는 기능은 스크래핑에서 화면까지 풀세트로 제공하고 있으며, 현재 비상장 기업이다. 99년 10월의 1차 사모증자 때는 Sequoia Capital이 747.5만 달러를 출자했으며 2000년 5월의 2차 증자 때는 메릴린치, 체이스, AOL 등이 총액 4,900만 달러를 출자했다. 2000년 12월에 라이벌업체인 버티컬윈을 주식교환방식으로 흡수 합병했다.

●724 Solutions

724솔루션즈(NASDAQ : SVNX)는 캐나다에 본사를 두고 있으며, 미주 및 유럽, 아시아 주요국의 와이어리스 금융 서비스 대상으로 기술을 제공하고 있다. 2000년 6월에 어그리게이션 벤더인 ezologin.com을 1억 2,700만 달러에 매수해 이 분야에 진출했으며, 이 회사의 서비스는 계좌정보의 집적기능과 더불어 금융기관 및 투자정보, 출판관련 사이트들에서 소비자들이 원하는 부분을 추출해서 재구성해 표시하는 기능을 가지고 있다는 점이 특징이다.

●CashEdge

맥킨지 출신이 지난 99년에 설립한 신생기업으로, 다른 업체들보다 한발 앞서 동일 은행 내 및 타행간의 이체 서비스를 상용화 했다. 타 업체들이 은행계 애플리케이션에 힘을 쏟고 있는 가

운데 증권계 애플리케이션에 주력하고 있으며, 계좌별 보유주식 정보뿐 아니라 종목별로도 정리해 표시하는 기능 등에 주력하고 있다.

비상장 기업으로 2000년 7월의 사모증자 때는 Royal Bank of Canada, 벤처 캐피털 등에서 총1,800만 달러를 출자했다.

계좌통합 서비스의 발전

계좌통합 서비스 하나만 놓고 본다면 고객의 입장에서는 인터넷 금융 서비스의 편이성이 조금 더 높아진 것에 지나지 않다. 금융기관 입장에서 볼 때도 고객으로부터 직/간접적으로 대가를 얻을 수 있을 정도로 고급 서비스로서의 위상을 형성하기로는 어렵다. 이에 따라 통합(직접)된 정보를 바탕으로 보다 부가가치가 높은 서비스를 제공하는 방향으로 기능확장 경쟁이 시작되고 있다.

이외에도 어그리게이션 벤더들의 기능개발에도 우리는 주목해야 한다. 기능발전의 첫번째 단계로써 어그리게이션 벤더들은 다음과 같은 기능개발을 서두르고 있다.

- ①자동이체 및 타행이체 등 금융거래 기능.
- ②401(k) 플랜 이용자 등 종업원 고객을 포함한 셀프 서비스형 개인 투자기들에 대한 간단한 파이낸셜 플래닝 기능의 제공.
- ③부유층 등 프로페셔널 플래너를 이용하고 있는 고객들을 대상으로 하는 자산운용, 세무관리 지원 기능의 제공.
- ④고객 프로필 등 금융기관 고객을 대상으로 하는 데이터마닝 기능.

기능발전의 2단계는 셀프형 고객에 대한 편이성 제공뿐 아니라 프로페셔널 서비스 이용 고객에 대한 자산운용 지원이다. 과거에는 복수의 금융기관을 이용하고 있는 고객의 총자산 상황을 파악하기 위해서는 계좌명세서를 모아서 가지고 오도록 하는 방법 뿐이었으나 고객과의 합의하에 계좌통합 기술을 활용하면 플래닝 시점의 자산뿐 아니라 플랜 적용후의 실적을 손쉽게 Follow up 할 수 있다.

계좌통합 기술이 발전하면 중소 금융기관에서도 대형 금융기관 수준의 자산운용 지원 서비스를 제공할 수 있게 된다고 논의되고 있다. 또한 그 종착점은 개인용 자산운용 서비스에 있어서의 어드바이스 기능과 거래집행, 계좌관리 기능의 분리라고 일컬어지고 있다.

이미 미국에서는 독립된 파이낸셜 어드바이저가 어드바이스를 하고 거래집행과 계좌관리는 찰스슈왓 등 거래 인프라 제공



회사가 담당하는 식의 분업이 이루어지고 있는데 이것은 홀세일 (Wholesale) 분야에 있어서 투자고문회사가 운용 어드바이스를 하고 신탁회사가 계좌자산을 관리하는 관계와 유사하다.

기술적으로는 1명의 고객에 대해 1-2명의 어드바이저와 여러 명의 거래집행, 계좌관리회사가 서비스를 제공하는 관계를 상정해볼 수 있다. 하지만 현실적으로는 거래집행과 관련된 소비자 보호 등 해결해야 할 문제가 산적해 있고 거래 인프라 제공 회사의 참가 등 계좌통합 기술의 활용을 위한 검토가 과제로 남아 있다.

계좌통합 기술이 발전해감에 따라 진출 기업들의 저변도 확대될 것으로 전망되고 있다. 실제로 이미 투자분석/어드바이스 플랫폼 제작업체 및 전자지불/이체 기능 관련 업체들, 개별 금융 솔루션 프로바이더 등이 어그리게이션 벤더들과의 제휴를 통해 이 분야에 뛰어들고 있다. 계좌통합 서비스가 고객과의 관계에서 중요한 역할을 하는 만큼 이 서비스를 도입하는 금융기관, 포탈들은 과거 이상으로 고객용 인터페이스에서 독자성을 추구할 것이고, 이에 따라 다양한 업체로부터 조달한 기능 및 정보를 스스로 조합하고자 하는 성향이 강해질 것으로 전망된다.

은행권의 전개 방향

●인터넷 뱅킹 현황

인터넷 뱅킹은 1999년 서비스가 시작된 이래로 급속하게 보급되고 있다. 한국은행은 2000년 3월에 47만 명이었던 인터넷 뱅킹 등록 고객수가 2001년 6월에 743만명에 이르렀고 20개 시중은행이 모두 인터넷 뱅킹 서비스를 제공하고 있으며 씨티은행과 우체국도 인터넷 뱅킹 서비스를 제공하고 있다고 발표하였다.

2001년 6월중 인터넷 뱅킹을 통한 각종 조회, 자금이체 및 대출서비스 이용건수는 7,491만 건으로 금년 3월중 이용실적에 비해 68.2% 증가하였고 인터넷뱅킹을 통한 업무처리비중은 창구 텔러, CD/ATM, 텔레뱅킹을 포함한 4대 금융서비스 전달채널 중 5.9%로 나타났다.

이제 인터넷 뱅킹은 금융기관의 차별화된 채널로서 자리잡고 있으며 은행은 그 이상의 역할을 기대하고 있다. 인터넷뱅킹을 통해 제공되는 서비스는 주로 금융상품정보제공, 예금조회, 계좌이체, 대출, 예·적금계좌개설, 외화송금 등이며, 최근 들어 계좌통합조회(Account Aggregation), 전자고지 및 납부서비스(EBPP), 메일뱅킹 등 첨단 금융서비스를 제공하는 은행들도 크게 증가하고 있다.

서버(웹기반) 방식과 클라이언트 서버 방식 비교

웹서버 방식

사용자가 웹 브라우저를 통해 어떤 문서를 요구할 경우, 사용자의 웹 브라우저로 필요한 문서를 전송하는 역할을 담당한다. 따라서 웹서버는 인터넷 서버의 메모리 부분에 상주하면서 사용자의 요청이 들어올 경우 이를 처리하는 역할을 담당하게 된다.

서버 방식은 시스템간 제휴 연동이 필요 없이 제한된 조회거래를 쉽게 적용할 수 있고 고객 DB의 전략적 활용으로 CRM 연계가 용이하다. 그러나 유동성 잔액조회 등 극히 제한된 거래만 가능하며, 해당기관의 웹환경 변경 시 대응이 불편하고 웹사이트가 서버에 관리되므로 고객의 계좌번호 및 비밀번호 등 민감한 금융정보 보안에 있어 금융감독원 지침에 위배된다 (한국적 환경에 맞지 않음).

클라이언트 서버 방식

이 방식은 계좌통합서비스를 바탕으로 한 PFMS(개인재무자산관리)가 가능하고 계좌의 종류에 따른 제약이 없다. 고객의 금융정보를 웹서버에 보관하지 않으므로 금융감독원의 보안기준에 적합하며 고객의 프라이버시 보호가 가능하다. 또한 전산개발에 따른 비용 절감의 효과가 있으며 해당기관의 웹환경 변경시 통합대응이 가능하다. 이는 이미 20개의 금융기관과의 제휴를 통해 우수성이 입증되었다.

단점은 독립 클라이언트를 사용해 고객이 직접 설치해야 하므로 등록한 PC외에 타 장소에서 사용할 수 없어 이동성에 제약이 있다. 그러나 이에 대한 보완책으로 제 3의 금고파일에 저장해 수시로 활용하는 방법을 통해 해결하면 된다.

웹기반 서버 방식의 문제점

서버방식의 계좌통합 서비스는 다음과 같은 몇 가지 위험한 문제들이 해소되어야만 안정적인 서비스를 할 수 있다. 한, 두대의 서버에서 집중적인 트랜잭션이 발생하므로, 은행/카드사 등의 F/W에서 해당 IP Address를 차단할 수 있으며, 이런 경우 지속적인 서비스가 불가능하다.

고객이 직접 데이터를 서비스하지 않고, 중간 서버를 경유하게 되므로 콘텐츠 무단전제 및 재배포의 행위에 해당되어, 디지털 콘텐츠 저작권에 위배된다.

중간에 별도의 네트워크를 경유해야 하므로, 클라이언트 방식보다 훨씬 보안에 취약하며, 계좌이체 등 서버방식으로는 근본적으로 제공할 수 없는 서비스가 많다는 점 등이 직접적으로 해결해야 하는 문제로 거론될 수 있다는 점도 간과할 수 없다.

여러 은행/카드사에 분산되어 있던 데이터를 한 곳에 집중해서 관리해야 하므로 대용량의 데이터 처리를 위한 시스템 비용과 그에 따른 관리 방법이 강구되어야 하고, 이는 필연적으로 시스템에 대한 과다/중복 투자를 유발하게 된다.

CRM 등을 위해서 고객의 금융정보를 서버에 보관하는 문제는 약관의 문제일 뿐, 시스템 아키텍처의 차이에 의해서 달라지는 문제가 아니다. 서버방식의 서비스는 고객중심의 서비스라기 보다는 금융기관 중심의 서비스라는 점에서 사용자 중심의 인터넷 서비스가 되지 못하는 한계를 갖고 있다.

Interview

“시장환경 성숙으로 PFMS 황금기구가 할 것”

핑거 이사 김철웅



PFMS 시장이 활성화되고 있는 이유는 무엇이라 보는가

PFMS 시장이 활성화되는데는 여러 가지 요인이 있지만 무엇보다 인터넷 뱅킹 이용자수 급증과 카드사용증가에 따른 효율적인 부채관리와 내역조회 니즈의 증가 그리고 저이율 시대 진입에 따른 재테크에 대한 관심 증가 및 합리적 자산설계를 필요로 하는 사회구조로 이행 등을 들 수 있다. 이밖에도 편리성 지

향 및 개인화 된 금융서비스 요구 그리고 개인금융자산의 증가 및 고객자산 구조의 다양화 등도 PFMS 시장 활성화에 한몫하고 있다.

위와 같이 시장환경이 성숙해짐에 따라 고객로서는 PFMS에 대한 니즈가 더욱 높아지고 금융기관로서는 대고객 서비스제고 및 PFMS라는 채널을 확보하여 장기적인 수익성으로 연결시키려는 니즈가 잘 맞아 떨어지고 있기 때문이다.

PFMS 솔루션 도입이 필요한 이유가 있다면

계좌통합 서비스란 인터넷 상에 다양하게 흩어져 있는 콘텐츠 및 서비스들을 하나로 묶어 고객 중심의 통합된 화면으로 재구성하여 제공하는 웹 기술을 말하는 것으로서, 은행, 신용카드, 증권, 보험을 비롯한 각종 금융정보를 고객이 손쉽게 처리할 수 있도록 어플리케이션으로 제공하는 것이라 할 수 있다.

계좌통합서비스를 이용하면 개별 금융기관의 웹사이트를 방문할 필요가 없어 개별 금융기관은 마케팅과 교차판매를 할 기회를 상실하게 되고 고객과의 유대관계도 약해질 수밖에 없다. 게다가 신상품개발과 투자조언에 필요한 고객정보에 대한 접근도 멀어질 수밖에 없다. 계좌통합서비스는 일시적으로 유행하는 온라인 비즈니스가 아니라 개인 금융서비스의 종착역인 PFMS 시장을 선점하기 위한 전초 작입이라고 할 수 있다. 계좌통합서비스를 통해 축적한 기술, 툴, 서비스 등을 통해 서비스의 차별화를 이루고 개인자산관리로 사업영역을 확장할 수 있기 때문이다.

PFMS 도입을 통해 얻게되는 효과는

PFMS 서비스를 이용하는 고객은 등록 시 모든 금융기관의 계좌번호와 ID/PW를 등록해야 하므로 고객은 쉽게 거래 금융기관을 바꾸지 않을 것이며, 따라서 계좌통합관리 시장에서 고객을 선점한 금융기관만이 다음 단계인 개인재무관리 및 자산관리 시장도 선점 할 수 있어 주거래 금융기관화가 용이하다. 그리고 고객의 Stickiness 강화시킬 수 있다. 예를 들면, 한 고객이 A은행, B증권사, C카드사를 이용하고 있는데 A은행에서 본 서비스를 제공한다면 고객은 B증권사 및 C카드사의 웹사이트를 방문하지 않고서도 모든 거

래가 가능하게 되어 결국 서비스를 제공하지 않는 기관은 고객과의 접점을 잃게되어 경쟁력을 상실할 수밖에 없는 상황에 빠질 수 있다. 이외에도 고객의 니즈에 맞는 서비스 제공으로 고객만족 증대에 기여할 수 있다.

즉, 고객과의 강력한 신뢰관계를 구축함으로써 각 금융기관은 투자조언이나 자산관리 등으로 수익을 창출할 수 있는 새로운 사업기회 포착이 가능하며 타금융기관과 차별화 된 서비스 제공으로 기존고객 이탈방지 및 신규고객을 유인하는 효과를 가질 수 있다.

해외 벤더들과의 경쟁력 확보를 위한 국내 업체의 방안은 무엇이라 생각하는가

PFMS는 개인의 세금구조가 복잡한 미국에서, 세금 처리의 필요성에 의해 시작됐다. 미국에서는 우리나라에서와 같은 세금원천징수라는 개념이 없고 개인이 일일이 세무 신고를 직접 수행해야 한다. 따라서 미국에서는 빠르게 확산, 정착된 상태이다. 미국의 경우, PFMS는 인튜잇에서 만든 퀵큰이라는 소프트웨어를 작년 말 기준으로 벌써 이천만명 이상의 이용자가 사용하고 있고 향후에도 지속적으로 증가할 것으로 전망되고 있다. 한편, 계좌통합서비스 시장은 요들리라는 업체가 시장점유율 90%이상을 유지할 정도로 대부분의 이용자들은 요들리 플랫폼을 이용하고 있다. 금융계좌의 통합뿐만 아니라 개인이 웹상에서 등록한 이메일, 마일리지, 여행정보, 뉴스 등 모든 것을 통합해서 서비스를 제공해주고 있다.

국내에서는 올해 들어서 PFMS 서비스에 관심을 두고 있는 실정이며 제일은행이 4월18일 서비스를 시작한 이래로 삼성카드, 한미은행, KGI증권, 삼성생명 등의 금융기관들이 앞 다투어 서비스를 제공하고 있는 실정이다. 현재 제공되고 있는 서비스는 금융계좌통합서비스에 제한되고 있는 상황이니 조만간 재무설계, 자산관리 등의 PFMS 본원적 기능을 갖출 수 있을 것으로 기대된다.

국내에서는 미국과 달리 PFMS와 계좌통합서비스가 다른 영역으로 구분되어 있지 않고 연속선상의 서비스로 발전되고 있다. 또한, 서버기반으로 서비스를 제공하는 미국의 요들리와는 달리 국내에서 제공되는 서비스는 emoden.com을 제외하고는 모두가 클라이언트를 기반으로 한 서비스를 제공하고 있다. 그것은 보안성과 안전성을 매우 중요시 여기는 고객들의 니즈를 반영한 것이라고 볼 수 있다.

중요한 것은 이러한 서비스가 최초로 시작한 곳은 미국이지만 나라마다 정 보인프라 및 금융시스템 환경이 다르기 때문에 이러한 상황을 더 잘 알고 있는 국내 벤더들이 국내상황에 더 맞는 솔루션을 갖고 있다고 볼 수 있다. 또한 비용면에서도 해외솔루션이 상당히 비싼 것으로 알려져 있어 국내시장에 진출한다고 해도 별로 위험은 되지 않는다고 생각된다. 바로 핑거가 국내와 유사한 금융환경을 가지고 있는 홍콩, 대만, 일본을 중심으로 영업활동을 벌이고 있는 이유도 그러한 사정에 기인한

다고 볼 수 있다.

●계좌통합서비스 (Account Aggregation)와 개인자산관리시스템 (PFMS)

현재 급속히 확산되고 있는 계좌통합서비스는 인터넷뱅킹에서 각 금융기관 사이트에서 별도로 관리하여 오던 은행계좌, 카드, 주식 등을 통합 관리해 주는 면에서 고객들에게 확실한 편리성을 제공하고 있다.

이러한 계좌통합서비스는 차세대 금융을 선도할 자산관리 서비스의 기초단계로 해석될 수 있다. 통합된 계좌를 통하여 고객의 자산 및 부채를 관리, 분석하는 것이 개인자산관리 시스템 (PFMS)이다. PFMS는 현재 은행권이 예전의 예금, 적금, 대출 등의 기본 서비스에서 탈피하여 고객의 자산을 관리하고 투자상담의 역할로 변모하려는 움직임과 일맥상통한다고 볼 수 있다.

●맞춤 계좌통합서비스와 개인자산관리시스템

현재 사용되고 있는 계좌통합서비스는 고객의 PC에 정보가 저장되는 클라이언트방식이다. 이는 금융권에서 가장 핵심이 되고 있는 보안문제를 해결하고 고객들에게 심리적인 안정감을 주기 위하여 도입된 모델이다. 그러므로 고객은 프로그램을 다운로드 받아서 자신의 PC상에서 독립적으로 관리하게 된다.

미국의 경우 계좌통합 및 개인자산관리 소프트웨어로서 성공을 거두어온 Quicken, Money등도 클라이언트기반의 애플리케이션 버전이다. 그리고 Quicken과 Money의 고객들은 여전히 클라이언트기반을 선호하고 있는 것으로 알려져 있다.

그러나 향후 온라인을 단순 채널 이상으로 개발하려는 은행권은 고객들이 정기적으로 애착을 가지고 홈페이지를 방문할 전략을 모색하고 있다. 그리고 오프라인에서 제공할 수 없는 부가적인 서비스를 온라인에서 제공할 수 있는 차별요소를 찾고 있다. 이러한 취지에서 개인의 자산관리 및 자산 컨설팅은 사이버 전략에 있어서 주요한 역할을 할 것으로 기대되고 있다. 오프라인에서는 모든 고객 개인의 자산을 관리해 준다는 것이 불가능하였으며 고객의 가치를 파악하는 것도 단편적이었으나 온라인 계좌통합과 자산관리를 통하여 대고객 커뮤니케이션의 질을 혁신적으로 향상시킬 수 있게 되었다.

그러므로 은행들은 계좌통합 및 자산관리 서비스를 자신의 전략에 맞추어 맞춤서비스로 개발하려는 움직임을 보이고 있다. 이는 현재의 획일화된 구조를 벗어나 각사의 전략 및 니즈에 맞추어 재구성하는 것을 의미한다. 이러한 요소는 요즘 추세가 되고 있는 My Page의 가장 중요한 콘텐츠가 될 것이다. 이러한 경우 고객은 기꺼이 회원가입을 하고 은행의 사이버 회원 더 나아가서



는 고객이 될 것이다.

●FP(Financial Planner)용 System

홈페이지를 통한 고객의 맞춤 계좌통합서비스 및 자산관리 서비스는 향후 은행의 가장 큰 저력이 될 수 있다. 고객이 이 서비스에 대한 신뢰가 높아지고 자신의 자산을 모두 한 화면에서 관리할수록 은행은 차후 고객의 진정한 Financial Planner가 될 수 있다.

최근 은행은 고객과의 유대를 강화하고 자산컨설팅의 역할을 확대하기 위하여 Financial Planner (또는 Private Banker)를 위한 시스템을 강화하고 있다. 고객의 자산을 통합관리하기 위하여 개인 PFMS와 FP(또는 PB)용 PFMS를 통합하면 고객에 따라 심도있는 자산관리 컨설팅의 선두역할을 할 수 있다.

●CRM으로의 연결

CRM의 성공은 얼마나 정확하고 의미있는 고객 데이터가 존재하느냐에 달려 있다. 현재 CRM을 구축하는 기관들의 고민은 마케팅에 적합한 의미있는 고객을 확보하기 어렵다는 것이다. 금융기관은 타업종에 비해 고객에 관한 의미있는 정보를 보유하고 있지만 이것은 고객자산의 일부이며 그 이외의 개인적인 정보 또한 변동된 것인 경우가 많다.

그러나 계좌통합서비스와 개인자산관리 시스템을 근간으로 CRM을 연계할 경우 고객에 대한 통합적인 정보를 얻을 수 있으며 고객과의 긴밀한 관계를 지속할 수 있다.

그러므로 PFMS와 연결된 CRM을 적용할 경우 이를 통한 수익 증대 뿐 아니라 타 은행과의 차별적인 마케팅을 전개할 수 있다. ☞

Database 2001 Tokyo 전시회 조사단 파견

우리 센터는 일본최대 규모의 데이터베이스 전시회 행사인 "Database 2001 Tokyo"에 조사단을 파견합니다. Database 2001 Tokyo 전시회는 데이터베이스, 온라인 정보 등 데이터베이스산업의 최신 기술 및 동향에 대한 정보 및 관련 최신 제품 정보를 수집할 수 있으며 향후의 시장을 전망할 수 있습니다.

지난 93년부터 데이터베이스, 전자 정보, 지식 관리, 전자도서관 관련 세계 유수의 전시회 및 컨퍼런스 행사에 매년 현지 조사단을 파견하여 전통과 신뢰성을 인정받고 있는 센터의 Database 2001 조사단에 관심 있는 업체의 적극적인 참가바랍니다.

■ 행사 개요

- 파견기간: 2001. 10. 30(화) ~ 11. 2(금) 3박 4일
- 규모: 국내 DB 및 콘텐츠 관련 업체 대표 또는 종사자 30명 내외
- 조사단 활동: 전시회 참가 및 일본의 DB/IT 관련 업체 방문
- 모집 마감: 10월 19일

■ 전시 분야

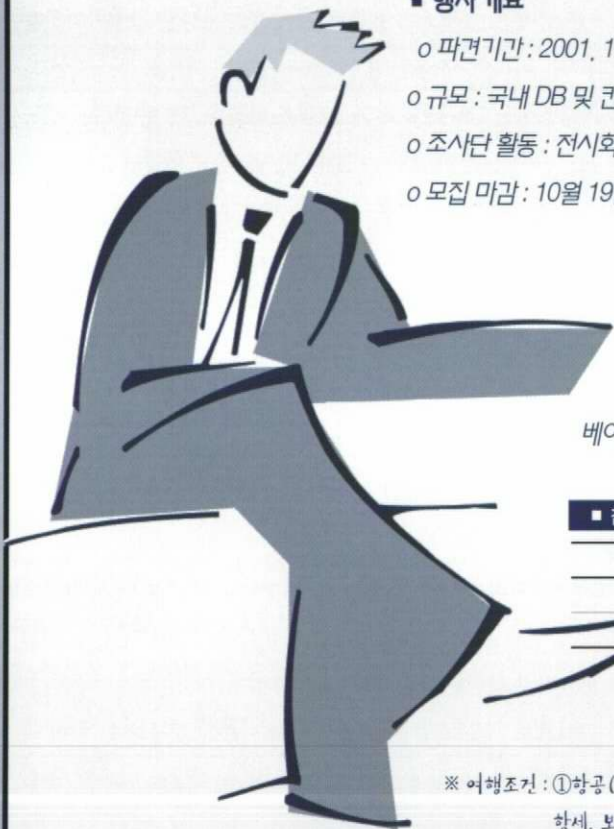
데이터베이스 · 프로듀서, 데이터베이스 · 디스트리뷰터, 데이터베이스 관련 비즈니스, 소프트웨어 벤더/SI, 하드웨어 · 벤더, 지리데이터베이스, GIS, 특허 정보

■ 참가비

구분	9월 29일 까지	9월30일~10월12일	10월 12일 이후
일반	1,250,000원	1,300,000원	1,350,000원
전조직원사	1,250,000원		1,300,000원

※ 여행조건: ①항공(대한항공, 일반석) ②숙박: 1급 호텔(2인1실) ③교통편: 전용버스 ④전시입장료, 공향세, 보험료, 여행경비 포함 ⑤식사: 일정표참조

※ 20인 이상 모객 시 행사 가능



■ 참가대상

- o 기업 · 단체의 경영 간부, 경영 기획부문, 관리 부문
- o 기업 · 단체의 기획 · 조사 · 마케팅 · 영업 부문
- o 기업 · 단체의 연구 · 개발 · 설계 · 제조 부문
- o 데이터베이스 구축 담당자, CIO · 정보 시스템 부문
 - o 정보처리 서비스업
- o 출판사, 신문사, 방송국, 편집업 등 미디어 관련 회사, 광고 회사
- o 도서관, 자료실, 특허 · 사법 · 회계 사무소, 고급 두뇌 집단, 컨설팅 회사등
- o 관공서, 자치체, 교육 · 학술 연구 기관
- o 정보검색사
- o 학생(대학생 등)



■ 참가문의및접수

- ① 참가신청 : 2001. 10. 19.(금)까지 팩스로 신청서 송부
 - 한국데이터베이스진흥센터 산업지원팀 최영진 대리
 - 전화 : 02-3708-5352 팩스 : 02-318-5040
 - 안내 홈페이지 : www.dpc.or.kr
 - ② 여행사에 10월 12일까지 선금 300,000원 입금 / 잔금은 10월 23일까지 입금
 - 송금계좌 : 국민은행 009-01-1223-1032
 - 예금주 : 시티여행사
 - (주)시티여행사 이길수 이사(전화 : 02-737-4757, 팩스 : 02-737-4759)
- ※ 여행비 입금 후에는 취소 불가하며, 취소 시에는 여행비 반환이 안됩니다.

■ 조사단 일정

DATE 月日	PLACE 場所	VIA 交通便	TIME 時間	DESCRIPTION 旅程
제1일 10/30 (화)	서울 나리타 도쿄	KE703 전용버스	08:00	인천 국제공항 집결
			10:20	서울 출발 나리타 항발
			12:30	나리타 국제공항 도착후 시내이동,
			15:00	관련 업체 방문(NTT 도쿄모)
			16:00	시내 관광
18:00	석식 후 호텔 투숙			
제2일 10/31 (수)	도쿄	전용버스	08:00	호텔 조식 후
			전일	DATABASE 2001 TOKYO 전시회 참관
			18:00	석식 후 호텔 투숙
제3일 11/01 (목)	도쿄	전용버스	08:00	호텔 조식 후
			오전	전시회 참관
			오후	관광
			18:00	석식 후 호텔 투숙
제4일 11/02 (금)	도쿄	전용버스 KE704 서울	08:00	호텔 조식 후
			08:30	관광 후 나리타 국제공항 이동
			13:55	나리타 공항 출발
			16:35	서울 도착 후 해산

☞ 상기 일정은 항공이나 현지 사정에 의해 변경 될 수 있습니다.