모바일 송금 서비스 동향 및 규제정책 방향

The Mobile Remittance Service Trends and Regulatory Policy Directions

Ⅰ. 모바일 송금 서비스 개요
Ⅱ. GSMA의 MMT 프로그램
Ⅲ. 통신 사업자의 MMT 제공 사례
Ⅳ. MMT 규제 요소 검토 및 시사점

김병일 (B.I. Kim) 융합서비스전략연구팀 선임연구원
김성철 (S.C. Kim) 융합서비스전략연구팀 선임연구원

세계은행의 발표에 따르면 전 세계적으로 개인 간 해외송금 시장의 규모는 지속적으로 성장해 왔으며, 향후에도 지속적으로 성장할 것으로 전망된다. 이러한 글로벌 송금 시장의 확산과 맞물려 이동통신 네트워크의 글로벌화와 스마트폰의 확산 등 통신 기술 및 서비스 진화에 따라 모바일 네트워크를 통해 간편하고 신속하게 송금할 수 있는 모바일 송금 서비스 시장이 국내외에서 급속하게 팽창하고 있다. 이에 세계이동통신사업자협회(Global System for Mobile Communications Association: GSMA)의 MMT(Mobile Money Transfer) 프로그램, 케냐 및 일본의 모바일 송금 서비스 제공 사례를 중심으로 서비스 제공 시스템 및 그 이용에 따른 장 · 단점, 가치사슬, 서비스 유형 등을 간략하게 살펴보았다. 이를 바탕으로 모바일 송금 서비스 제공 과정에서 나타날 수 있는 규제 이슈들을 분석해 보았다. 그리고, 국내 이동통신 사업자가 MMT 서비스를 본격적으로 제공하는 경우에 고려해야 할 규제 요소들과 안전하고 효율적인 MMT 시장의 활성화를 위해 필요한 규제정책 방향을 검토해 보았다.

© 2012 한국전자통신연구원

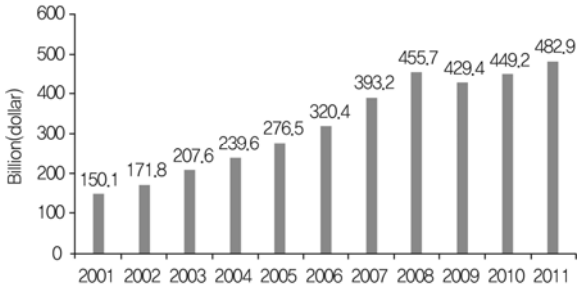
Ⅰ. 모바일 송금 서비스 개요

1. 송금 서비스 시장 현황

가. 송금 서비스 시장 규모

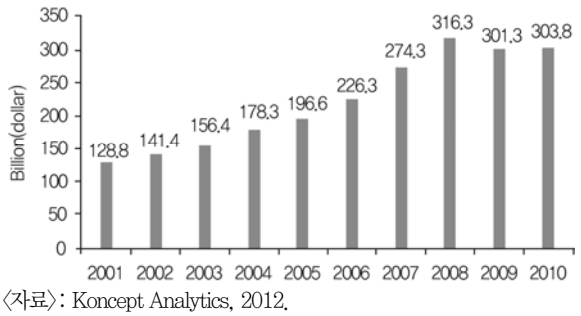
전 세계 개인 간 해외송금 시장 규모는 (그림 1)과 (그림 2)에서 보는 것과 같이, 수취액 기준으로 2010년 4,492억 달러에서 2011년 약 4,829억 달러로 7.5% 성장하였고, 2002년부터 2011년까지 연평균 12.4%의 증가율을 보이고 있다. 또한 2009년을 제외하고 전 세계 송금 서비스 시장은 지속적인 성장을 실현하였으며, 2012년부터 2014년까지 연평균 약 8.5% 성장할 것으로 전망되고 있다.

한편, 개인 간 국제송금은 저소득층 간의 반복적인 자금 흐름의 특성을 보이며, 자동이체 방식보다는 지급인이 일정한 송금 절차를 반복하는 방식으로 이루어지는 것이 일반적이다. 따라서 국제송금 시장은 전 세계 이민



* 2011년 자료는 추정치임.

(그림 1) Global Remittance Inflows, 2001~2011



〈자료〉: Koncept Analytics, 2012.

(그림 2) Global Remittance Outflows, 2001~2010

〈표 1〉 해외 주요 수취 및 송금국가

(단위: 10억 달러)

수취국가	수취 금액	송금국가	송금 금액
인도	55.0	미국	48.3
중국	51.0	사우디아라비아	26.0
멕시코	22.6	스위스	19.6
필리핀	21.3	러시아	18.6
프랑스	15.9	독일	15.9
독일	11.6	이탈리아	13.0
방글라데시	11.1	스페인	12.6
벨기에	10.4	룩셈부르크	10.6
스페인	10.2	쿠웨이트	9.9
나이지리아	10.0	네덜란드	8.1

〈자료〉: The World Bank, 2011.

동향, 경제 상황 및 고용률 등과 밀접한 관련이 있는 것으로 나타나고 있다[1].

또한 개인 간 해외송금 거래는 〈표 1〉에서 보는 것과 같이, 수취국가의 대부분이 개발도상국인 반면에 송금국가의 대부분은 선진국으로 나타나고 있는데, 이는 주로 이주 근로자의 본국송금 때문인 것으로 파악되고 있다. 세계은행의 2011년 자료에 따르면 2010년 글로벌 top 10 수취국가는 인도, 중국, 멕시코 및 필리핀 등 개발도상국의 비중이 높고, 2009년 글로벌 top 10 송금국가들은 미국, 사우디아라비아, 스위스, 러시아, 독일 등 선진국 및 산유국 중심으로 나타나고 있다. 우리나라는 2009년 기준으로 주요 송금국가 중 25위를 차지하고 있으며, 해외 송금액은 31억 달러로 수준이다[1].

나. 송금 서비스 시장의 가치사슬

일반적인 해외송금 서비스는 우선, 송금인이 송금 서비스 제공 사업자의 현지 가맹점을 방문하여 신청서 작성 및 송금액을 납입하고 영수증 및 송금 승인번호를 수령한다. 그 후 MTO(Money Transfer Operator)는 송금정보 및 송금 승인번호를 수취인에게 개별 고지하고, 수취인이 송금 서비스 제공 사업자의 가맹점을 방문하여 송금액을 수취하는 과정을 거쳐 종료된다. 또한 해외은

행 간 자금결제는 송금 · 무역거래 · 자본거래 등 외국과의 거래에 있어 원활한 대금추심 · 지급 등이 이루어질 수 있도록 상호계약이 체결된 환거래은행(correspondent bank) 또는 코레스은행(corres bank)의 외화예금계좌를 통해 처리된다. 이 과정에서 송금 서비스 제공기관(Remittance Service Provider: RSP)이 서비스를 중개하게 되는데, RSP는 서비스 제공을 위하여 송금 · 수취 고객접점 확보, 국가 간 네트워크 연계, 자금결제를 위한 지급결제시스템을 연계시켜 주며, 대표적인 RSP 기관으로는 은행, 우체국 및 MTO 등이 있다. 최근 들어 RSP는 송금 · 수취 고객접점 확보를 위해 직접 오프라인 지점을 운영하거나 이종 산업의 가맹점 인프라를 활용 또는 PC · 모바일 등 전자적 채널을 접목시키고 있다[2].

다. MTO

MTO는 은행과 구별하여 송금 서비스 부문에 특화된 비금융기관을 지칭하며, 거래정보 송수신 시 은행 간 네트워크 대신 자체적인 전용 네트워크를 이용하며, 내부적으로 정산된 국가 간 차액에 따라 각국 제휴은행을 통해 자금을 결제한다. 대부분의 경우, 무계좌 기반 송금 서비스에 특화되어 있어, 은행계좌나 신용카드가 없어도 서비스 이용이 가능하고 은행권의 송금 서비스 대비 저렴하고 신속한 송금이 가능하다는 장점으로 인해 해외송금 거래의 상당 부분을 처리하고 있다.

특히, 은행권에서 제공하는 SWIFT(Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications) 전신송금은 자금수취에 2~3일 가량이 소요되는 반면, MTO인 Western Union이나 MoneyGram의 경우 수십 분 이내에도 수취가 가능하기 때문에 그 이용 빈도가 점증하고 있다. 글로벌 MTO인 Western Union과 MoneyGram은 일부 외국환은행을 가맹점으로 하여 해외송금 서비스를 제공하고 있다. 또한 MTO 서비스는 무계좌 송금 서비스에 기반하고 있기 때문에 은행 영업점을 방문한 송금인은 본인 및 수취인의 계좌 보유 여부에 상관없이 기본적인 MTO의 해외송금 절차에 따라 송금이 가능하다[2].

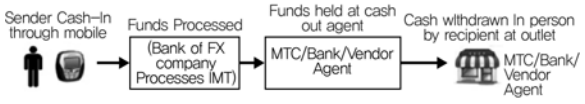
2. 모바일 송금 서비스 유형 및 사례

가. 모바일 송금 서비스의 유형

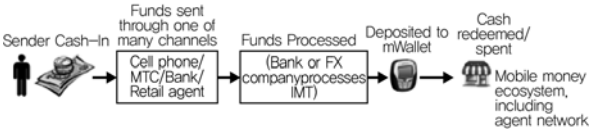
모바일 송금 서비스(Mobile Money Transfer: MMT)는 〈표 2〉에서 보는 것과 같이 유형별로 글로벌 또는 각 국가 내에서 이용되고 있다. 즉, MMT의 유형은 ① (그림 3)과 같이 송금인은 모바일 단말기를 통해 송금하지

〈표 2〉 MMT 서비스 사례

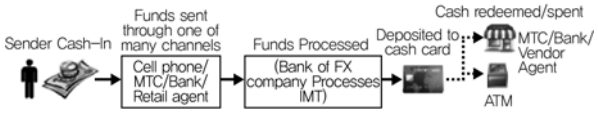
유형	사례
Cash-out via mWallet	– Banglalink Mobile Remittance(방글라데시) – Digicel Mobile Money(피지) – Digicel Mobile Money(통가) – INOVAPAY(부르키나파소) – Maroc Telecom Mobicash(모로코) – M-Via Boom(멕시코) – Qtel Mobile Money(필리핀) – Vodafone M-PAiSA(피지) – Wafacash Allocash(모로코) – Celcom Aircash(필리핀) – Digicel Mobile Money(사모아) – Globe G-Cash(필리핀) – Telenor Easypaisa(파키스탄) – Mikemusa mKesh(짐바브웨) – PLDT Smart(필리핀) – Safaricom M-PESA(케냐) – Vodacom M-Pesa(탄자니아)
Cash-in via mWallet	– ABSA CashSend(글로벌) – Celcom Aircash(인도네시아) – Maxis M-money(필리핀, 인도네시아) – Qtel Mobile Money(파키스탄) – Zain Me2U(글로벌) – Belgacom PingPing(필리핀, 모로코, 가나) – Lycamoney(필리핀, 모로코) – NTT Docomo MoneyTransfer(필리핀, 브라질, 한국, 중국) – Xoom(글로벌) – Zoompass(글로벌)
Other branchless Cash-out	– Citibank Moneycard(글로벌) – MPOWER YAP Send(글로벌) – Transfercel(멕시코) – Mastercard MoneySend(글로벌) – RegaloCard(엘살바도르, 과테말라, 멕시코, 온두라스, 니콰라과) – Visa iRemit Card(필리핀)



(그림 3) Mobile Cash-in 유형



(그림 4) Mobile Cash-out 유형



(그림 5) Other Branchless Cash-out 유형

만, 수취인은 모바일 지갑(mWallets)을 보유하고 있지 않기 때문에 현금 인출을 위해서 MTC · 은행 · 판매대리점을 방문해야 하는 mobile cash-in 유형, ② (그림 4)와 같이 송금인의 송금 방법에 관계없이 송금액이 mWallets에 저장되어 모바일 거래에 이용되거나 이동통신 사업자(MNO: Mobile Network Operator) 대리점을 통해 인출 가능한 mobile cash-out 유형 및 ③ (그림 5)와 같이 송금 방법에 관계없이 송금액이 수취인의 인출 가능한 카드로 송금되고, 수취인은 ATM을 통해 인출하거나 상품구매가 가능한 other branchless cash-out 유형으로 구분할 수 있다.

나. Western Union의 모바일 송금 방식

Western Union은 개인 간 해외송금 부문에 특화된 P2P 지급 서비스를 제공하고 있으며, 200개 이상의 국가에서 45만 개 이상의 오프라인 가맹점(agent)과의 네트워크를 통해 광범위한 국가 간 송금 업무를 처리하고 있다. Western Union 방식은 계좌 없이도 송금 · 수취가 가능하여 unbanked 계층도 이용할 수 있으며, 오프라인 가맹점을 통한 송금 서비스뿐만 아니라 인터넷, 유선전화, 모바일 등 다양한 매체에서의 국가 간 송금 서비스를 제공하고 있다. Western Union의 송금도 (그림

(그림 6) Western Union의 모바일 송금 방식

6)에서 보는 것과 같이 세 가지 유형으로 구분된다. 즉, 송금과 수취 모두가 모바일로 처리되는 mobile to mobile 방식, 송금은 모바일에서 하지만 수취는 수취인이 자국 내의 Western Union 가맹점에서 수취하는 mobile to cash 방식 및 송금인이 거주하는 국가의 Western Union 가맹점에서 수취인의 휴대폰 번호로 일정 금액을 송금하면 수취인의 모바일 지갑으로 송금 및 그 내역이 전송되는 cash to mobile 유형으로 구분할 수 있다.

II. GSMA의 MMT 프로그램

1. MMT 프로그램의 추진 배경

가. MMT 프로그램 개요

전 세계적으로 동유럽, 아시아, 서부 아프리카 지역 저개발국가 및 개발도상국의 거주자들이 유럽, 미국 등 선진국의 노동 시장으로 지속적으로 유입되면서 외국인 이주 노동자가 증가하고 있다. 따라서 2005년 1억 9,100만 명에 수준의 전 세계 이주 노동자 규모가 2050년에는 2억 8,000만 명에 이를 것으로 예상되고 있다. 또한 이주 노동자들이 받는 임금은 대부분 본국으로 송금되는데, 이러한 송금 규모는 매년 증대되고 있다. 2004년 공식적인 규모만 2,300억 달러 규모에서 달하고 있으며, 비공식 송금 채널까지 합하면 5,000억 달러에 이를 것으로 추산되고 있다[1],[2].

그러나 이주 노동자들은 거주 국가에서 은행계좌를 갖고 있지 않아 비공식적 채널을 통한 송금 서비스를 이용하여 소액을 송금하는 경우가 많기 때문에 송금 수수료가 높아 본국에서는 상대적으로 적은 금액을 송금 받게 된다. 즉, 산업 평균 15% 정도의 수수료가 소요되는데 비해 비공식 채널은 25%의 수수료가 발생한다. 또한 송금받는 측에서는 금융기관에의 접근성이 제한되는 경우가 있는데, 특히 저개발국가일수록 해당 국가로 송금된 금액을 인출하기 위한 금융기관 또는 ATM에의 접근이 제한되는 경우가 많다.

한편, 이동통신 서비스는 전 세계적으로 많은 진보를 이루어왔으며, 개발도상국가의 송금 시스템으로의 활용 가능성이 높다. 이동전화는 전 세계적으로 널리 보급된 통신수단으로, 이용의 편리성과 접근성이 높아 이동전화 단말기를 활용하여 은행계좌를 갖고 있지 않은 이주 노동자들이 쉽고 저렴하게 사용할 수 있는 기회를 제공할 수 있다. 따라서 서비스 이용자들의 접근성(access) 제고와 비용(cost) 절감 측면에서 안전성만 확보된다면 모바일 송금이 매우 유용한 송금수단으로 활용될 수 있다[3].

나. MMT 프로그램의 목적 및 원칙

세계이동통신사업자협회(Global System for Mobile Communications Association: GSMA)의 MMT 프로그램은 은행계좌가 없는 수백만의 저개발국가의 이주 노동자들이 GSM 이동통신 서비스를 이용하여 쉽고 편리하게 송금 서비스를 이용할 수 있게 할 목적으로 추진되었다. 즉, 통신 사업자들이 저소득 이주 노동자들에게 도움을 줌으로써 이동통신사가 주도권을 잡고, 정부 및 공공의 인식을 제고하면서 송금 서비스 가치사슬(value chain)에서 역할할 수 있는 기반을 마련하기 위함이다. 이에 GSMA은 회원 사업자들의 서비스 상용화 및 글로벌화를 위한 기회를 탐색하고, 국가 간 m-Payment 및 m-Commerce 시장 촉진을 추구하고 있다.

한편, GSMA의 MMT 프로그램은 송금 서비스 접근성 제고 및 수수료 저렴화와 이를 통한 이동통신사의 수수료 수익, SMS 트래픽 및 고객 충성도 제고를 통한 수익성 개선을 위해, 첫째, 글로벌 사업자들의 다자간 협력을 통해 상호 운용 가능한 발행, 송금 및 메시징 서비스 제공, 둘째, 규제 및 관련 우려를 최소화하기 위한 글로벌 금융기업과의 제휴, 셋째, 국가별 유통 및 규제 이슈는 각 개별 사업자들이 대처하며, GSMA는 적절한 조력 및 가이드 제공 및 사업자의 이해도 제고와 지원을 위한 파일럿(pilot) 프로그램의 활용을 그 추진 원칙으로 설정하고 있다[4],[5].

다. GSMA의 MMT 유형 및 프로세스

GSMA의 MMT는 도매송금 사업자(wholesale remittance provider)가 관여하는 유형에 따라 mWallet to mWallet, mWallet to cash 및 cash to mWallet의 세 가지 유형으로 구분된다. GSMA의 MMT 유형에 cash to cash 유형은 이동통신 사업자가 관여하는 부분이 제한적이므로 포함되지 않는다.

mWallet to mWallet 유형은 mWallet에 참여하고 있는 이용자가 다른 시장(국가)의 mWallet에 참여하고 있는 다른 이용자에게 송금하는 경우이다. 이 유형은 대체로 ① 양측 이용자들은 각각의 시장(국가)에 있는 MNO의 송금 서비스에 접근하여 MNO의 wallet에 결재수단(payment instrument)을 등록하고, ② 송금자는 SIM에 내장되어 있거나 MNO의 서버에서 운용되는 모바일 공급 애플리케이션에 접속하여 수취인의 모바일 번호로 금액을 송금하고, ③ 지급결재 서비스 사업자(payment service provider)는 송금자의 지급수단에서 해당 금액을 인출하여 도매송금 사업자(wholesale remittance provider)에게 전송하면, ④ 도매송금 사업자는 국제 간 송금 절차에 따라 수취인 국가에 자금을 전송하고, ⑤ 수취인은 들어온 입금내역에 대한 메시지를 받게 되며, 등록된 결재수단에 해당 credit이 추가되고, ⑥ 수취인

측 PSP는 결재수단에 더해진 credit만큼의 금액을 해당 수취인의 은행이나 금융기관의 계좌에 전송하는 6단계의 절차로 진행된다.

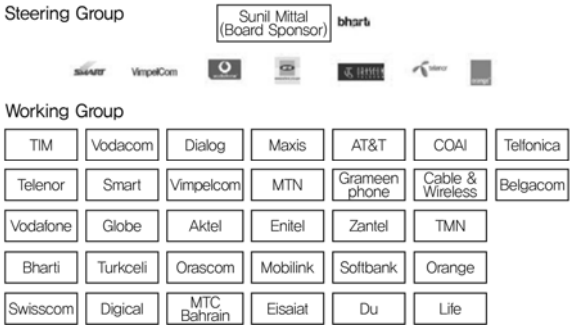
mWallet to cash 유형은 mWallet에 참여하고 있는 이용자와 mWallet에 참여하고 있지 않은 이동통신 이용자 간의 송금에 적용된다. 이 유형은 mWallet to mWallet의 절차와 ①~④까지는 동일하고, 수취인이 자신의 이동통신 단말기를 통해 입금내역을 통지받고 송금액을 도매송금 사업자나 MNO 매장을 방문하여 수령하는 절차로 진행된다는 점에서 차이가 있다.

Cash to mWallet 유형은 선불카드나 은행계좌와 같은 전자결재 수단을 갖고 있지 않은 이용자가 mWallet에 참여하고 있는 이동통신 이용자에게 송금하는 경우에 적용된다. 이 유형은 송금자가 도매송금 사업자나 MNO 매장에 방문하여 입금하는 절차 외에는 mWallet to mWallet의 절차와 동일하다. 즉, 이용자로부터 송금을 의뢰받은 도매송금 사업자나 MNO가 mWallet을 이용하고 있는 이용자의 국가에 송금하는 절차 이후부터는 mWallet to mWallet과 동일한 절차에 따라 수취인의 계좌에 입금되게 되는 형태이다[4].

2. MMT 파트너십 구축과 이동통신사의 역할

가. MMT의 상호 운영성 확보를 위한 파트너십

GSMA MMT의 중요 원칙 중 하나는 다자간 협력을 통한 허브(hub) 구축으로, 가치사슬상의 여러 사업자를 연결하는 것이다. 이러한 다자간 협력 모델은 쌍무간 협력 모델에 비해 산업육성 측면이나 이용자의 서비스 이용 접근성 측면에서 강점으로 작용하게 된다. 또한 다수의 모바일 이용자들이 동일한 서비스 플랫폼에 참여함으로써 규모의 경제의 효과를 누릴 수 있다. 따라서 GSMA는 국제송금 부문에서 접근성 향상을 위한 GSM 기술을 이용하여 MMT 시장에서 이니셔티브를 선점하기 위해 여러 참여자를 파트너로 참여시키기 위한 노력



〈자료〉: GSMA, 2010.

(그림 7) GSMA의 파트너십 그룹 유형

을 경주하고 있다.

GSMA의 MMT 프로그램에서는 (그림 7)에서와 같이 파트너 그룹을 'Steering Group'과 'Working Group'으로 구분하고 있다. Steering Group은 MNO에 대한 조언, 프로그램 스폰서, 필요자원의 제공, 파일럿 프로그램에의 참여 및 프로그램 참여자의 확보 등을 담당하는 사업자들로 구성되어 있다. 반면에 Working Group은 파일럿 프로그램에 참여하는 사업자, 즉 MMT 서비스를 제공하는 데에 직접적으로 활동하는 전 세계 유수 이동통신 사업자들로 이루어져 있다[4].

한편, GSMA는 MMT 프로그램의의 상호 운용성을 구축하고, 다자간 허브를 구축하기 위해 다음의 주요 4가지 방법을 구상하고 있다. 첫째, VISA, Mastercard 등 Global processing company를 통해 구축하는 방법으로, 이들은 PAN(Primary Account Number)을 사용하며 기본적인 routing 시스템은 MSISDN(Mobile Station International ISDN Number) 변환 과정을 거쳐야 하고, 둘째, Citi 그룹 및 HSBC 등 도매은행(wholesale bank)을 이용하는 방법으로, 기본적인 routing 시스템으로 MSISDN을 사용하며, 셋째, Western Union, Moneygram 등 wholesale switch를 통해 구축하는 방법으로, 기본적인 routing 시스템은 MSISDN을 사용하고, 넷째, G. Exchange, Smart Service Hub 등 새로운 기업을 이용하여 허브를 구축하는 방법으로, PAN을 MSISDN으로 변화하는 routing 시스템을 구축하거나,

〈표 3〉 MMT 파트너십 유형별 장 · 단점 비교

유형	장점	단점
Global processing Co.	– 강력하고, 안전한 글로벌 서비스 – 기존의 플랫폼 사용 가능 – 다양한 서비스 유형과 이용자의 높은 브랜드 인지도 – 은행계좌가 없는 이용자에 대한 Help bank 가능	– 느리고 복잡하며, 보수적인 조직 운영 – MSISDN이 아닌 강력한 PAN의 운용 – 강력한 규제와 복잡한 가치사슬
Wholesale bank switch	– 강력하고, 안전한 글로벌 서비스 – flexible하고 펀드의 모집이 가능하며 다양한 대체 공급자 지원	– 새로운 사업의 시작 – 소매 및 기업 부문 사업과의 잠재적 충돌 가능성 – 일부 국가에서는 면허를 받지 못함
Wholesale switch	– 빠른 시장 대응 – 단순한 가치사슬	– 은행 시스템과의 정합성 부족 – 현재 사업과의 자기잠식 가능성 – 제한된 상품 서비스
New Co.	– MNO 중심적 – 작고 유연한 조직	– 제한된 자원 및 고객

〈자료〉: GSMA, 2010.

MSISDN을 기본적인 routing 시스템으로 이용하고자 하고 있다. GSMA에서 이용하고자 하는 4가지 유형의 장점과 단점을 분석하면 〈표 3〉과 같다.

나. MMT 가치사슬 내에서 이동통신사의 역할

MMT에서는 이동통신 사업자는 중요한 위치에 있으며, 송금 서비스 사업자나 은행을 능가하는 지위를 차지하고 있다. 글로벌 은행들은 약 50만 개의 지점과 140만 대의 ATM을 확보하고 있지만, 전 세계 이동통신 가입자는 30억에 이르고 있다. 또한 이동통신사들은 고객의 서비스 접근성을 향상시키고, 비용을 절감시키는 것이 가능하여 중요한 위치를 차지하고 있다. MMT를 구현함에 있어 이동통신사는 전송채널 공급, 전송채널 및 애플리케이션 개발, 은행과 이동통신사의 통합 및 금융기관으로서 역할을 할 수 있다.

우선, 전송채널 공급 역할은 단순히 모바일 전송을 위한 채널만을 공급하는 경우로서, 이용자의 통화 및 데이터 서비스 이용을 위한 채널만을 공급하는 유형이다. 이 경우, 이동통신사는 일반적인 이동통신 서비스만을 제공하며, 이동통신사에게 애플리케이션의 제공이나 지원을 요구하지 않는다. 따라서 이동통신 서비스 이용자의 lock-in 효과가 없으며, 이동통신사는 MMT를 통해 이익을 창출하기 어렵다. 둘째, 전송채널 및 애플리케이션 개발 역할의 수행은 이동통신사가 서비스 채널을 공급할 뿐만 아니라 애플리케이션의 개발에도 참여하는 형태이다. 이 경우, 이동통신사는 전송채널을 지원하는 애플리케이션 개발에 전적으로 참여하게 되며, 이동통신사가 서비스를 제공하는 과정을 통해 MMT의 가치창출에 기여하게 된다. SIM 애플리케이션 형태로 제공하는 경우, 이동통신사는 SIM에 내장된 애플리케이션의 소유권을 갖게 되어 많은 부분에 관여하게 되고 이용자 이탈을 방지할 수 있으며, 이용자로부터 가치를 창출할 수 있게 된다. 셋째, 은행과 이동통신사가 통합되는 경우, 이동통신사의 역할은 높은 수준의 통합과 네트워크 관여는 모바일 뱅킹 플랫폼이나 허브의 이행을 촉진하게 되므로 시장에서 중요 위치를 차지하게 된다. 이를 위해서는 은행계좌 및 이동통신 서비스 이용자 계정의 통합, 환전 등의 통합 과정과 감사 및 인증절차가 필요하다. 이동통신사는 MMT에 높은 수준의 관여를 하게 되며, 애플리케이션의 통제도 가능하게 된다. 또한 이동통신사는 이용자의 이탈을 방지할 수 있으며, 새로운 수익원을 확보할 수 있게 된다. 끝으로, 금융기관으로서 역할은 이동통신사가 모바일 뱅킹의 모든 부분에 전적으로 참여할 수 있는 형태로, 은행과의 조인트벤처를 설립하거나 은행면허를 받음으로써 가능하다. 이 경우, 이동통신사는 MMT 가치사슬의 모든 부분을 장악하게 되지만 이러한 역할을 위해서는 막대한 자원과 기술이 필요하다.

따라서 MMT 가치사슬에서 이동통신 사업자가 선호하는 역할은 '전송채널 및 애플리케이션 개발 부문'에 참여하거나 '은행과 이동통신사의 통합' 형태가 될 가능

성이 높다[2].

3. MMT 프로그램의 기대효과

GSMA의 MMT 프로그램은 이동통신 서비스와 금융 및 관련 산업 분야에 다음과 같은 기여를 할 수 있을 것이다. 우선, 모바일 금융시장 활성화의 촉매제로서 작용할 것이다. 즉, MMT 프로그램은 이동통신 사업자를 프로그램의 중심적 위치에 둠으로써 모바일 뱅킹, 모바일 결제, 모바일 송금 등 전체 모바일 금융 서비스 시장을 촉진하는 잠재력을 보유하고 있다. 또한 다자간 협력을 통한 글로벌 수준에서의 모바일 결제 및 뱅킹의 촉진은 사회 · 경제적 발전에도 기여할 수 있다. 둘째, 각 지역의 정부, MNO 및 금융기관 등 다양한 기관의 참여는 전 세계 여러 이동통신망을 통해 서비스가 이루어짐으로써 다양한 서비스 포트폴리오의 구성과 디지털 격차를 해소시키는 데 일조할 것으로 기대된다. 뿐만 아니라 이용자들의 충성도 증가, 네트워크 트래픽의 증대, 가입자 이탈률 감소 및 수수료 수익의 배분수익 등도 기대할 수 있다. 끝으로, 장기적 관점에서는 단일한 방법으로 송금 서비스를 제공함으로써 이동통신사는 새로운 수익원을 창출할 수 있을 것으로 기대된다. 세계은행에 따르면 현재의 송금 수수료를 2~5%대로 인하하면, 공식적 방법을 통한 송금이 50~70% 증가할 것으로 전망되고 있다. 뿐만 아니라 GSMA에 따르면 공식적인 송금 시장이 지속적으로 증가하여 현재 2,300억 달러에서 5년 내에 1조 달러로 성장할 것으로 전망되고 있다[4].

Ⅲ. 통신 사업자의 MMT 제공 사례

1. 케냐 Safaricom의 M-PESA

가. 케냐의 모바일 금융 서비스 현황

케냐의 이동통신 시장은 Vodafone 계열의 Safaricom, 인도의 Bharti Airtel 계열의 Airtel Kenya와 Essar 계열의 Essar Telecom Kenya 및 프랑스의 France Telecom 계열의 Orange Kenya가 경쟁하고 있다. 특히, 1997년 공기업으로 출발하여 2008년 민영화된 케냐 최대 이동통신 사업자인 Safaricom은 데이터 통신 분야에 주력하면서 모바일 뱅킹 서비스인 'M-PESA[1]" 등을 제공하며 타사와의 차별성을 부각시키고 있다. 또한 Airtel Kenya는 모바일 뱅킹 부문에서는 'Airtel Money'라는 독자적인 송금 서비스를 제공하고 있다.

〈표 4〉에서 보는 것과 같이, 케냐에서 Safaricom의 M-PESA 서비스가 출시되기 이전에는 인구의 19%만이 은행 서비스를 이용하고 있었으며, 사설 및 소액 금융기관 이용자까지 합쳐도 정식 금융 서비스 수혜자는 전체 인구의 27%에 불과한 수준이었다. 케냐 전역에 개설된 은행 지점이 405여 개에 불과하며, 그 이용 현황도 지역, 성별 및 교육 수준별로 큰 차이를 보이고 있었다. 특히, 전체 인구의 38%는 금융 서비스를 전혀 받고 있지 못하며, 35%는 비공식적인 서비스를 이용하고 있는 수준이었다. 또한 케냐에서 이동전화 가입자의 16% 정도는 은행 서비스를 전혀 이용하지 않고 있었으며, 이동전화 미이용자의 56%가 금융 서비스를 이용하지 않는 것으로 나타나, 이동전화의 이용과 금융 서비스 이용률 간에 밀접한 상관관계를 보이고 있다.

한편, 2007년 3월 Safaricom이 'M-PESA' 서비스를 출시한 이후, Airtel Kenya(2009년 2월), Essar Tele-

〈표 4〉 이동전화 이용 현황

구 분	은행 서비스 이용자	비공식인 금융 서비스 이용자	금융 서비스 미이용자
이동전화 소유	69%	19%	16%
가족/친구 소유의 이동전화 이용	15%	33%	28%
이동전화 미이용	16%	48%	56%

〈자료〉: FinAccess Surveys, 2006.

1) M-PESA는 mobile과 pesa(스와힐리어로 money)를 의미함.

com(2009년 12월) 및 Orange Kenya(2010년 11월)가 속속 m-Money 서비스를 제공하는 등 금융 서비스 이용률이 모바일 금융을 중심으로 획기적이 변화가 나타나기 시작하였다. 케냐의 통신사들은 국내 · 외 은행들과 제휴를 맺고 m-Money 서비스를 제공하고 있으며, 그 유형은 크게 m-Transfer, m-Payment 및 m-Financial Services 3가지로 구분할 수 있다. Safaricom은 M-PESA 확산을 위해 대리점을 확대하였고, 그 결과 서비스 출시 1년 6개월 만에 케냐 전역에 12,000개 이상의 대리점이 생겨났으며, 2012년 3월말 Safaricom은 케냐 전역에 약 39,400개의 대리점을 확보하고 있다[6],[7].

다음에서는 MMT 서비스와 관련하여 Safaricom이 'M-PESA' 서비스를 살펴보았다.

나. M-PESA 서비스 개요

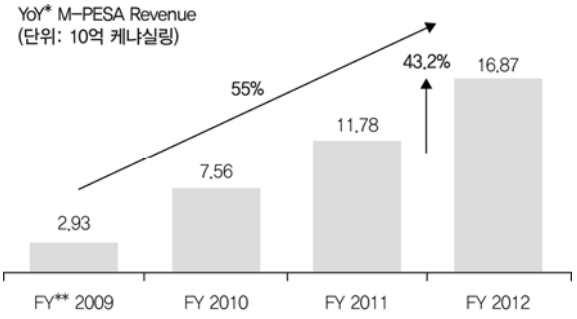
'M-PESA'는 케냐 최대 이동통신사인 Safaricom과 영국의 Vodafone이 제휴하여 제공하기 시작한 개인 간(P2P) 모바일 송금 서비스다. Vodafone과 Safaricom은 은행 서비스를 이용하지 못하는 선불 이동가입자를 타깃으로 영국 국제개발부(Department for International Development: DFID) 내 FDCF(Financial Deepening Challenge Fund)의 ODA 분야 민관협력 기금을 통해 각종 기업 지원 프로젝트를 진행하고 있는데, 2007년부터 '아프리카 기업 도전기금(Africa Enterprise Challenge Fund: AECF)'을 설치하여 민관협력을 추진 중에 있다. AECF는 정부와 민간의 다자 출자로 7년간 운용되며 지원 분야는 빈곤층에 특히 중요한 의미가 있는 금융과 농업 분야이다. 지원 방식은 15만~150만 달러의 자금을 민간기업에 지원하고 기업도 지원액 이상의 자금을 매칭펀드 형태로 출자받아 2005년 10월부터 시범서비스를 거쳐 2007년 3월 상용화되었다. 동 서비스는 은행계좌 없이 휴대폰만으로 금융 서비스를 이용할 수 있는 모바일 지급결제 및 송금 서비스다.

초기의 M-PESA는 소액금융 대출자들이 Safaricom의 이동전화 통신망을 이용해 대출을 받고 갚을 수 있도록 하기 위해 시작되었다. 동 서비스의 이용으로 금융거래 비용이 줄어들고, 소액금융 대부자들이 더 경쟁적으로 값싼 대출이자를 제공할 수 있게 되면서 이용자들은 자신의 금융거래를 쉽게 조회할 수 있게 되었다. 그러나 시범 서비스 기간 중 이용자들의 소액대출 이외에도 다양한 용도의 서비스가 이용되면서 소액금융 제휴사인 'Faulu'에 여러 가지 예기치 않았던 문제가 발생되기 시작했다. 그로 인해 M-PESA는 상용 서비스 출시 시점에서는 송금 및 지급결제라는 새로운 서비스 유형으로 출시되게 되었다. 다만, 모바일 금융 서비스는 케냐 중앙은행의 KYC(Know Your Customer) 및 AML(Anti Money Laundering) 정책에 의해 M-PESA 미등록 이용자에게는 35,000케냐실링 이상 송금할 수 없으며, 등록자의 경우에도 통산 70,000케냐실링으로 제한된다[7],[8].

다. 서비스 제공 방식

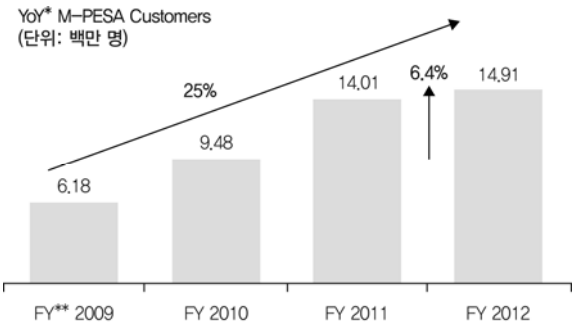
M-PESA 서비스 플랫폼은 Vodafone과 컨설팅 기업인 Sagentia가 개발하였는데, Safaricom의 과금 및 서비스 제공 시스템을 모바일 지갑과 통합된 형태로 제공된다. 서비스 출시 초기에는 영국 Sagentia가 모든 프로세스를 담당하였으나, 현재는 IBM Global Services가 M-PESA 서비스의 모든 프로세스를 담당하고 있다. 동 서비스에 가입하기 위해서는 national ID card 또는 여권만 있으면 M-PESA 계좌개설 가능하며, 서비스 등록 후 통상적인 SIM을 M-PESA 서비스가 가능한 SIM으로 교체하면 된다. Safaricom은 M-PESA 이용자로 등록된 고객으로부터 현금예금을 받는데, Safaricom은 현금예금에 대해 그에 상응하는 e-float라는 상품을 발행하게 된다. e-float는 이용자의 계좌에 보관되고, SMS 기술을 이용하여 계좌이체가 가능하며, Safaricom에 되팔아 현금화할 수 있다.

국내송금은 송금인이 Safaricom의 휴대폰 유통을 담당하는 M-PESA 대리점에 계좌를 개설하여 일정 금액을 예치한 후 개인정보, 송금액, 수취인 전화번호 및 비밀번호를 대리점에 제공하고 SMS 전용 프로그램으로 송금 사실을 수취인에게 전송하는 방식을 취하고 있다. 한편, SMS를 받은 수취인은 해당 지역의 M-PESA 대리점에서 신분증 및 비밀번호 제시 후 자금을 수령하게 된다. 또한 M-PESA를 이용한 국제송금은 Western Union의 글로벌 네트워크를 이용하며, Western Union의 해외 대리점을 통해 약 45개국에 송금할 수 있다. M-PESA 서비스의 이용자 인터페이스는 이용자의 모바일 단말기에 탑재된 애플리케이션에 의해 운영되는데, 전화기 메뉴에 의해 즉시 구동되기 때문에 사용하기가 편리한 구조로 되어 있다.



* YoY: Year on year(전년대비 증감률) ** FY: Fiscla year(회계연도)
〈자료〉: www.Safaricom.co.ke

(그림 8) M-PESA서비스 매출 증가율



* YoY: Year on year(전년대비 증감률) ** FY: Fiscla year(회계연도)
〈자료〉: www.Safaricom.co.ke

(그림 9) M-PESA서비스 가입자 증가율

라. M-PESA 서비스의 성과

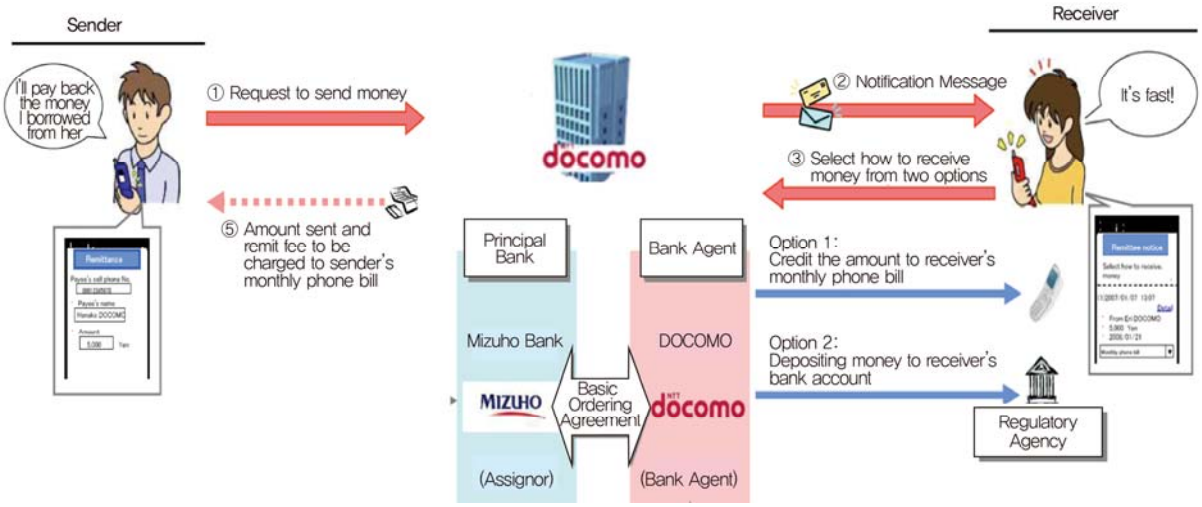
케냐의 Safaricom의 M-PESA 서비스 매출액은 (그림 8)에서 보는 것과 같이 2012년 3월말 현재 총 169억 케냐실링으로 전년 대비 43% 성장하였으며, 케냐의 이동통신 서비스 선불충전의 29%가 M-PESA를 통해 이루어지고 있다. 또한 (그림 9)에서 보는 것과 같이 가입자 수도 1,490만 명으로 전년 대비 6% 정도 성장하였으며, 판매 대리점도 2012년 3월 현재 39,400개로 2011년 대비 46% 증가한 것으로 나타나고 있다[6],[7].

2. 일본 NTT DoCoMo의 MMT 서비스

가. 국내송금 서비스(DOCOMO Keitai Sokin)

일본은 2009년 6월 'Payment Service Act'가 의회를 통과함으로써 은행 이외 기관의 소액 송금 서비스 제공을 금지해왔던 것을 폐지하였다. 따라서 은행을 통하지 않은 직접 해외송금 및 P2P 송금이 가능해지게 되었다. 이에 NTT DoCoMo는 2009년 7월 미즈호은행(Mizuho Bank)과의 협력을 통해 DOCOMO Keitai Sokin(휴대송금) 서비스를 출시하였다. 동 서비스는 DoCoMo 가입자들이 송금액을 은행계좌로 받는 것은 물론 계좌개설이나 사전등록 등 추가적인 절차 없이 상대방 휴대전화 번호를 지정해 간단하게 송금하거나 DoCoMo 전화요금으로 이체할 수도 있다.

모바일 송금 서비스 이용을 위해서는 송금인과 수취인 모두 DoCoMo의 i-Mode 모바일 인터넷 사용이 가능해야 하며, 법인명의나 미성년자는 해당 서비스를 이용할 수 없다. 또한 모바일 송금 서비스의 송금 한도액은 DoCoMo 계좌로부터 송금하는 경우 월 20만 엔, 휴대전화 요금과 함께 지불하는 경우 월 2만 엔 한도 내에서 가능하고, 월 수취 한도액은 20만 엔이다. 이용요금은 송금 및 인출에 있어 수취수수료 및 휴대전화 요금으로 이체하는 경우 외에는 송금액에 따라 건당 105엔 또는 210엔의 수료가 부과된다.



〈자료〉: www.nttdocomo.co.jp 자료 재구성.

(그림 10) DOCOMO Keitai Sokin의 서비스 제공 흐름도

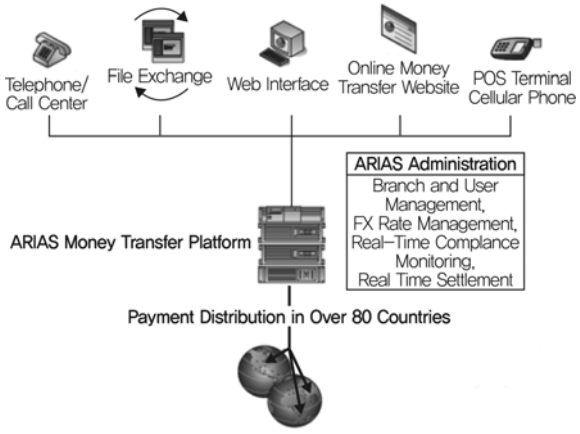
NTT DoCoMo의 국내송금 서비스인 DOCOMO Keitai Sokin는 (그림 10)에서 보는 것과 같이, 2009년 6월 금융청으로부터 미즈호은행의 업무위탁 허가를 받아 휴대폰 가입자가 휴대폰으로 송금을 의뢰하면 미즈호은행을 통해 지정된 상대방의 은행계좌에 송금하는 방식으로 제공된다. 즉, NTT DoCoMo의 국내송금 서비스는 금융 당국으로부터 허가를 받아야 하고, 서비스 제공 과정에서도 감독을 받게 된다. 이는 해외송금 서비스도 마찬가지이다.

나. 국제송금 서비스(docomo Money Transfer)

NTT DoCoMo는 2011년 7월 내 · 외국인을 불문하고 일본 국내 가입자를 대상으로 NTT DoCoMo의 단말기를 이용해 해외로 송금할 수 있는 모바일 국제송금 서비스 'docomo Money Transfer'를 출시하였다. 동 서비스는 일본에서 2010년 4월 1일 '자금결제법'이 시행된 이후 비금융기관인 이동통신사가 제공하는 최초의 해외송금 서비스다.

서비스 이용 대상은 일본 국내 NTT DoCoMo 가입자 중 20세 이상 개인으로 i-Mode 모바일 인터넷 사용이 가능해야 한다. 송금 가능 통화는 수취인 거주지의 현지 통화 또는 미국 달러이고, 최저 1회 7천 엔부터 1일 최대 45만 엔 및 1개월 최대 50만 엔까지 가능하며, 1회당 1천 엔의 수수료가 송금액에 포함되는 형태로 부과된다.

한편, 출시 당시에는 필리핀, 브라질, 중국, 한국 등 4개국의 제휴 금융기관의 계좌에 대한 송금 서비스를 제공하였으나, 현재는 16개 국가로 확대하여 제공하고 있다. NTT DoCoMo의 해외 모바일 송금 서비스 제공절차는 송금 대상 국가의 제휴은행과 거래하는 수취인에게 계좌 입금 또는 은행에서 직접 수령하는 방식으로 자금을 송금한다. 우선, 송금인은 자신의 모바일 계좌인 'docomo 계좌'에 보내고자 하는 금액을 입금한 뒤, ① 해외송금 선택 → ② 비밀번호 입력 → ③ 주의사항 및 이용조건 동의 → ④ 송금국가 및 송금 방법 선택 → ⑤ 수취 금융기관 선택 → ⑥ 송금내용 입력 → ⑦ 송금지시 내용 확인 → ⑧ 송금지시 완료 메시지 수신 → ⑨ 수취인에 수취에 필요한 비밀번호 통지하는 절차를 거치게 된다. 수취인은 송금인으로부터 받은 비밀번호를 가지고 제휴 금융기관의 창구 또는 계좌를 통해 수령하면 된다.



〈자료〉: www.mfi-corp.com

(그림 11) ARIAS 시스템의 작동 방식

기술적으로 해외송금 서비스도 국내송금 서비스인 'DOCOMO Keitai Sokin'을 바탕으로 하고 있다. NTT DoCoMo는 미국의 MFIC(Microfinance International Corporation)사가 제공하는 'ARIAS' 솔루션을 통해 송금 프로세스와 결제 서비스를 제공한다. MFIC 송금솔루션인 'ARIAS'는 자금세탁 규제에 대응하는 자동 적합성 검사 기능을 탑재해, 은행계좌 입금, 현금 지급, 휴대폰 결제 등 세계적인 송금 배달망을 갖추고 있으며, (그림 11)에서 보는 것과 같이 ① 이용자의 송금지시 → ② 송금사업자(NTT DoCoMo의 이동통신망) → MFIC의 송금 · 결제 플랫폼(ARIAS) → ③ 해외 지급기관 → ④ 수취자의 프로세스를 거치게 된다[9],[10].

Ⅳ. MMT 규제 요소 검토 및 시사점

1. 세계은행의 MMT에 대한 접근

가. 국제송금 서비스에 관한 일반 원칙

세계은행과 BIS(Bank for International Settlements)는 투명하고 건전한 해외송금 시장 구축 및 안전하고 효율적인 서비스를 제공하기 위해 (그림 12)와 같이 5가지 일반원칙을 천명하고 있다[11].

1. 송금 서비스 시장은 투명해야 하며 적절한 소비자 보호대책을 갖추어야 한다.
(The market for remittance services should be transparent and have adequate consumer protection.)

2. 송금 서비스의 효율성 제고를 위해 지급결제 시스템 인프라의 개선을 촉진해야 한다.
(Improvements to payment system infrastructure that have the potential to increase the efficiency of remittance services should be encouraged.)

3. 송금 서비스와 관련한 법률 및 규제는 안정적이고 일관성 있으며 공정해야 한다.
(Remittance services should be supported by a sound, predictable, non-discriminatory and proportionate legal and regulatory framework in relevant jurisdictions.)

4. 송금 서비스 산업 내에서 국내 지급결제 하부구조에 대한 적절한 접근성 및 경쟁적 시장여건 조성이 촉진되어야 한다.
(Competitive market conditions, including appropriate access to domestic payment infrastructures, should be fostered in the remittance industry.)

5. 송금 서비스 제공기관은 안정적인 지배구조와 리스크 관리체계를 갖추어야 한다.
(Remittance services should be supported by appropriate governance and risk management practices.)

〈자료〉: BIS & The World Bank, 2007.

(그림 12) 국제 송금 서비스에 관한 일반 원칙

나. 모바일 자금이체 서비스에 대한 규제적 접근 방향

세계은행은 모바일 송금 관련 규제형태를 영업행위 규제와 건전성 규제로 구분하고 있다. 즉, 영업행위에 대해서는 소비자 보호, 자금세탁 방지 조치, 각종 공시 규정 및 제재 방안 등이 있으며, 규제당국의 재량권이 제한적이다. 또한 건전성 규제에 대해서는 자기자본 및 유동성 요구조건 등이 있으며, 규제당국에 상당 수준의 재량권을 부여하고 있다.

규제대상에 대해서는 모바일 송금 서비스를 구성하는 4가지 기능, 즉 교환(exchange), 저장(storage), 가치 이전(transfer) 및 투자(investment)에 대한 각 기능요소별 규제 형태의 필요성을 강조하고 있다[8]. 각 기능 요소별로 발생 가능한 리스크와 그에 대한 규제필요성은 〈표 5〉에서 보는 것과 같다.

2. MMT 관련 규제 이슈 검토

가. MMT 규제의 고려 요소

이동통신 사업자가 MMT 서비스를 도입하는 경우, 고려하여야 할 규제는 대체로 4가지 분야를 들 수 있다.

〈표 5〉 요소별 주요 리스크 및 규제 필요성

구분	발생 가능 리스크 (예시)	영업행위 규제	건전성 규제
교환 (exchange)	사기(fraud)	×	×
저장 (storage)	기록상 오류/탈취 (theft)	○	×
가치 이전 (transfer)	송수신 오류/회계상 오류	○	×
투자 (investment)	투자 실패, 시스템 리스크	○	○

〈자료〉: Michael Klein/Colin Mayer, The World Bank, 2011.

즉, ① 금융규제와 그 방법에 대한 이해가 필요하고, ② 서비스를 제공하고자 하는 국가에서의 규제 상황에 대한 파악이 필요하며, ③ 규제 영향과 비즈니스 모델의 선택 및 ④ 규제당국과의 협의에 앞서 행해야 할 것들에 대한 준비가 필요하다.

한편, MMT 서비스의 규제에 대한 개별적인 고려요소로서 자금세탁(AML)과 테러자금 조달 방지(Combating Financing of Terrorism: CFT), 에이전트의 사용, 지불 시스템, 외환거래에 대한 통제 및 세금 등에 관한 문제들이 있다.

나. MMT 서비스에 대한 개별 규제 이슈

1) AML · CFT 관련 규제

우선, 이동통신 사업자들이 MMT 서비스를 제공하고자 하는 경우, AML · CFT 규제에 따라 고객확인 의무를 포함하는 광범위한 'KYC' 절차를 행하여야 한다. 이는 자금세탁과 테러자금 조달을 방지하기 위한 규제로써, MMT 서비스의 일부로서 현금의 입 · 출금이 있는 경우에는 대부분의 국가에서 AML과 CFT 규정이 적용된다. 즉, 이동통신 사업자에 대한 AML · CFT 규제는 전통적인 이동통신 사업자에 대해서는 적용되지 않으나, 이동통신 사업자가 고객으로부터 자금 송금의 목적으로 현금을 받거나 고객에게 자금을 지불하는 경우에 적용된다. 따라서 현금송금의 경우, 이동통신 사업자는 현금송금의 최초 의뢰인과 최종 수령인에 대한 정보를 알고 있어야 한다. 뿐만 아니라 송금 과정에 판매 대리점을 사용하는 경우, 그 대리점도 동일한 의무를 부담하게 된다.

이처럼 AML · CFT 규제는 이동통신 사업자의 현금을 전달하는 MMT 서비스를 금지하는 효과를 발생시킨다. 즉, AML · CFT 규정을 준수하는 것은 이동통신 사업자에게 고객과의 대면을 요구하기 때문에 신속성과 비용 측면에서 부정적으로 작용하게 된다. 특히, 대부분의 국가들은 은행에 대해서만이 필수적으로 고객확인 의무(Customers Due Diligence: CDD)의 수행이 허용되고 있다. 다만, 일부 국가에서는 일반적인 범죄예방 관련 법령에서 모바일 사업자에게 무기명 선불가입자에 한해서 CDD를 허용하는 경우가 존재할 뿐이다. 따라서 이동통신 사업자들의 입장에서는 고객확인 의무를 수행할 수 없기 때문에 송금 서비스의 범주에 현금의 입 · 출금 서비스는 허용되지 않게 되는 결과를 초래한다.

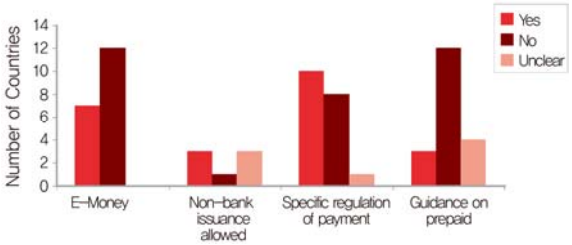
한편, AML · CFT 규정에 따른 규제 수준은 각 국가의 수준에 따라 어느 정도의 차이가 존재한다. GSMA의 MMT 프로젝트의 대상 국가들 모두가 계정을 신설하는 경우, 공적인 서류에 의한 신분 및 주소 확인을 요구하고 있다. 뿐만 아니라 해외에의 송금에 있어서도 신분 및 주소의 확인을 요구하는 국가들도 상당수 존재한다 [12],[13].

2) 소매지불(에이전트의 사용)에 관한 규제

은행 이외의 자에게 현금의 입 · 출금이 허용되는지의 규제가 존재하는지의 여부에 따라 모바일 사업자의 에이전트 사용의 가 · 부가 결정된다. 즉, 은행이 아닌 에이전트의 허용 또는 그 조건에 따라 모바일 사업자의 유통체인의 사용여부가 결정된다.

3) E-money와 지불 규제

모바일 송금과 지불 서비스는 모바일 폰을 통해 접속



〈자료〉: GSMA, 2007.

(그림 13) 해외 주요국들의 E-money 및 지급결제 유형 등

되는 네트워크에 저장된 계좌에 저장하는 것과 같은 전자적인 장치에 금전적인 가치를 저장하는 경우 등을 그 예로 들 수 있다. 이러한 경우는 이동통신 사업자가 전자지갑 또는 비은행 기관으로써 금전적 가치가 저장된 계좌를 이용하여 일부 금융 활동을 수행하기 시작한 이동통신 사업자 중심의 비즈니스 모델과 관련이 있다. 즉, 이동통신 사업자 중심의 비즈니스 모델인 전자지갑 내지 네트워크상에서의 금전적 가치를 저장하는 E-money 내지 지불 등에 대해서는 (그림 13)에서 보는 것과 같이 이미 규제가 존재하는 국가들이 상당수 존재하며, 규제를 행하는 국가들이 점차 증가하고 있다[13].

물론 EU 외의 국가들도 EU에서 행하고 있는 규제를 많이 따르고 있지만, 미국의 경우에는 EU와는 다른 접근을 행하고 있다. 또한 중국이나 남아프리카공화국과 같은 일부 국가에서는 은행이 아닌 자에 대해서는 금지하고 있다. 따라서 EU와 같은 규제를 행하지 않는 국가들에서는 은행과 제휴하거나 은행을 설립 또는 인수해야 E-money의 지불 시스템을 운용할 수 있는 국가도 있다. 또한 전자적인 지불 수단은 전자상거래 규제와 같은 새로운 규제 프레임워크를 필요로 하게 된다. 다만, 해외로의 송금은 거의 없고, 해외로부터의 송금만이 주로 발생하는 국가들의 경우에는 아직까지 전자상거래에 관한 규제 프레임워크가 없는 경우도 있다[14].

4) 외환규제

많은 국가들은 외환거래와 관련하여 고객에 의해 관련 국가로부터 송 · 수신된 총액을 제한하는 규제를 행하고 있다. 외환규제가 행해지고 있는 경우에는 대체로 설정된 거래제한, 보고 및 승인 등의 규제가 행해지고 있다. 또한 대부분의 국가들은 송금하는 경우에 대한 규제가 강하고 송금을 받는 경우에 대해서는 규제가 약한 편이다. 특히, 파키스탄과 같이 해외 송금 시, 국립은행의 허가를 필요로 하는 국가도 있다. 따라서 모바일을 통한 해외송금의 경우, 외환규제의 수준에 따라 그 이용가능여부가 결정된다. 즉, 외환 거래에 대하여 매우 까다롭거나 과중한 규제를 부과하는 경우, 이동통신 사업자 또는 고객은 MMT 서비스를 이용할 수 없게 될 것이기 때문이다[2],[13],[14].

5) 소비자 보호

전자적인 지불 수단은 소비들의 새로운 위험요소들을 증가시키게 된다. 예컨대, 전자적인 금전가치가 저장된 도구의 분실, 네트워크상의 계정에서 발생할 수 있는 사기 거래, 신분 확인과 관련된 내용을 절취 당하는 경우 등이 있다.

MMT 서비스 관련 소비자 보호 관련 규제 이슈로는 소비자의 책임 제한, 분쟁해결, 계정 개설 시의 정보 유출 등에 관한 규제 등이 있다. 미국 및 영국과 같은 금융 선진국에서는 소비자의 책임제한, 분쟁해결 및 정보보호 등에 대한 규제 등이 이미 행해지고 있다. 중국의 경우에는 매우 높은 수준의 규제를 행하고자 준비하고 있다[13].

6) 기타 규제 이슈

위에서 살펴본 규제 이슈 외에도 첫째, 중복 규제 또는 추가적인 규제 이슈가 있다. MMT 서비스를 제공하는 이동통신 사업자에 대하여 새로운 규제를 적용하는 경우에는 기존의 통신 규제에 더하여 추가적인 규제가 행해지게 된다. 따라서 이동통신 사업자들은 고객의 신원확인 및 비통신 서비스 제공에 대한 규제 등과 같은 중복 규제의 위험에 노출되고 있다는 점을 들 수 있다.

둘째, 데이터 프라이버시 이슈가 있을 수 있다. 고객에 의해 제공된 목적의 범위를 넘어서는 고객 정보의 전송, 공개 또는 이용을 제한하기 위한 범위 내에서 데이터 프라이버시 관련 법령과도 관련이 있다. 또한 금융기관과 이동통신 사업자가 지불 또는 송금을 제공하는 경우, 양 기관 사이에 서비스의 범위를 확대하는 과정에서도 발생할 수 있다. 셋째, 세금관련 이슈가 있다. 국가별로 이동통신 서비스와 금융 서비스는 다른 방식에 의해 세금이 부과되고 있다. 즉, 일부 국가에서는 이동통신 사업자를 통한 거래에 대해 개인 간의 거래와 같이 세금을 부과하지 않는 국가가 있다. 반면에, 일부 국가에서는 통신 서비스에 부과하는 것과 동일하게 MMT 서비스를 이용한 지불 또는 송금 금액을 매출액으로 계산하여 세금을 부과하는 국가도 있다[2],[4],[8],[14].

3. MMT 서비스 규제 이슈 및 정책적 시사점

가. MMT 서비스 관련 규제 이슈와 그 해결 필요성

MMT 서비스에 대한 규제는 통신과 비통신, 즉 전자상거래, 국내 가입자 간의 송금 및 국내외 개인 간의 외환거래 등이 융합된 형태에 대한 규제 분야로서의 특성을 지니고 있다. 따라서 통신 서비스, 전자상거래 및 금융 서비스 분야에서 발생할 수 있는 규제 이슈가 혼합되어 발생하게 된다.

그러므로 MMT 서비스에 대한 규제 이슈는 모바일 송금 내지 결제 서비스 사업자들이 비즈니스 전략을 추진 과정에서 통신과 금융 서비스 분야에서 극복해야 할 문제점들을 내포하고 있다. 즉, MMT 서비스의 원활한 제공을 위해서는 전자적인 지불 및 도 · 소매금융 서비스의 전반적인 가치를 증진시키기 위한 상호 보완적인 프로세스 내지 구조들을 확립하고, 관련 규제 문제를 해결하는 것으로부터 출발해야 함을 의미한다.

다음에서는 개별적인 규제 이슈 및 그에 대한 정책 방향을 검토하고 그 시사점을 도출해 보았다.

나. MMT 서비스 제공에 따른 개별 이슈의 정책 방향

1) MMT 서비스 제공을 위한 BM 정립에 따른 규제

모바일 사업자들이 MMT 서비스 제공을 위한 비즈니스 모델의 추진 과정에서의 이점 및 규제 측면에서는 다음과 같은 요소가 중요하다. 우선, 고객유치와 관련하여 기존의 통신 서비스 가입자를 활용함으로써 다른 신규 은행이나 지불 사업자들보다 낮은 비용으로 소매고객 확보에 필요한 기반 구축이 용이한 측면이 있다. 둘째, 지불 설비에의 접속과 관련해서는 국내 · 외 통신 사업자 및 금융 사업자와의 거래 내지 제휴 과정에서 각국의 규제 현황의 파악이 필요하다. 뿐만 아니라 MMT 서비스 제공 과정에서 기존의 통신 서비스 제공에 있어서 보다 높은 수준의 고객정보의 교환 및 보호가 요구되고 있다.

한편, 국제적인 금융 서비스로서의 송금 및 뱅킹 관련 서비스들은 필연적으로 국내 서비스보다 복잡한 규제와 정책 프레임워크에 직면하게 된다. 그에 따라 소매금융 서비스에 있어서 국가 간의 거래제한 및 현지 국가 통화로의 변환 문제 등이 발생한다. 따라서 각 해당 국가의 입법 및 규제 프레임워크의 차이, 자금세탁과 테러자금 조달 방지 관련 규제의 적용 및 그에 따른 엄격한 고객의 주의의무(CDD) 규정의 수준 등에 관한 이슈들의 해결이 필요하다.

2) 소비자 보호 측면에서의 규제정책 방향

MMT 서비스를 이용하는 소비자를 보호함에 있어서 서비스와 상품의 혁신을 저해하지 않는 수준에서의 규제정책의 추진이 필요하다. 따라서 통신과 비통신 서비스의 융합에 의해 탄생한 MMT 서비스에 대해서는 일정 수준 이상의 이윤추구의 제한, 불완전한 계약체결의 방지, 보조금의 제한 및 가격 정책과 같은 분야에 대해 필요 최소한의 규제수준을 정할 필요가 있다. 뿐만 아니

라 소비자가 MMT 서비스를 이용함에 있어서 발생할 수 있는 소비자 책임의 한계, 분쟁해결 절차, 타 사업자와의 개인정보의 공유 및 이용 과정에서의 유출 등에 관한 소비자 보호를 위한 규제정책도 지속적으로 추진하여야 한다.

3) 소매지불 등 유통채널의 규제

모바일 금융 서비스 제공 사업자들의 소매지불 서비스 시장에의 진입에 따른 금융시장의 안정적인 육성과 시장실패의 수정이라는 정책적 목표가 설정되어야 한다. 즉, 예금 인출과 지불 네트워크의 대가에 관한 진입 제한은 비현금 지불의 경우, 처음 또는 마지막에 은행계좌를 보유할 것이 요구된다. 따라서 이동통신 사업자는 예금자의 자산 관리인으로서 권한을 보유하거나, 스스로 제한된 범위 내에서의 거래만을 행하도록 하여야 한다. 또한 은행과 제휴하거나 은행 면허를 취득하게 하는 등의 대책마련이 필요하다.

뿐만 아니라 이동통신 사업자의 MMT 서비스 제공과 관련하여 지불 및 송금을 위한 유통채널에 대한 규제를 설정하고 이를 준수토록 하여야 한다. 이는 유통망 자체의 품질과 자금세탁과 테러자금 조달 방지를 위한 CDD 관련 규제 이슈라 할 수 있다. 특히, 유통망 자체의 품질은 자금세탁과 테러자금 조달 방지 목적 이외에도 MMT 서비스 제공 사업자의 신뢰성, 보안성, 연속성 및 능숙성 측면에서 유지되어야 하기 때문에 규제가 필요하다. 즉, 에이전트와의 대리점 계약을 해지하거나 유통협약을 종료하는 경우, 소비자에 대해 지속적인 대체수단 제공 및 외주업체 직원의 훈련과 업무 능숙도 보장 등에 관한 관리 내지 규제 방안도 마련하여야 할 것이다.

용어해설

모바일 송금서비스(MMT 서비스) 이동통신 사업자들이 은행 또는 글로벌 MTO들과 제휴하여 이용자들이 모바일 환경에서 현금 또는 E-Money를 주고 받을 수 있도록 제공하는 서비스를 말함.

MTO 은행과 구별하여 송금 서비스 부문에 특화된 비금융기관을 지칭

E-money 모바일폰을 통해 접속되는 이동통신 사업자의 네트워크에 저장된 계좌에 전자적인 장치에 의해 저장된 금전적 가치를 말함.

M-PESA 케냐의 Safaricom과 Vodafone이 제휴하여 케냐와 탄자니아에서 제공하는 모바일 송금서비스

약어 정리

AECF	Africa Enterprise Challenge Fund
AML	Anti Money Laundering
BIS	Bank for International Settlements
CDD	Customers Due Diligence
CFT	Combating Financing of Terrorism
DFID	Department for International Development
FDCF	Financial Deepening Challenge Fund
GSMA	Global System for Mobile Communications Association
KYC	Know Your Customer
MFIC	Microfinance International Corporation
MMT	Mobile Money Transfer
MSISDN	Mobile Station International ISDN Number
MTO	Money Transfer Operator
mWallets	Mobile Wallets
PAN	Primary Account Number
RSP	Remittance Service Provider
SWIFT	Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications

참고문헌

[1] The World Bank, *Migration and Remittances Factbook*, Second Edition, 2011

[2] Koncept Analytics, "Global Money Transfer (Remittances) Market Report," 2011 Edition, Jan. 2012.

[3] DFID, "BME Remittance Survey," ICM Research, 2006.

[4] GSMA," MMT: Catalysing the Mobile Money Market," May 2010.

[5] GSMA, http://www.gsma.com

[6] S. Ouma, "FinAccess Surveys in Kenya: From Data to Policy Making," FinAccess, Jan. 2011.

[7] Safaricom. http://www.Safaricom.co.ke

[8] M. Klein and C. Mayer, “Mobile Banking and Financial Inclusion: The Regulatory Lessons,” The World Bank, May 2011.

[9] NTTdocomo. http://www.nttdocomo.co.jp

[10] mfi. http://www.mfi-corp.com

[11] BIS & The World Bank, “General Principles for International Remittance Services,” Jan. 2007.

[12] M. Solin and A. Zerzan, “Mobile Money: Methodology for Assessing Money Laundering and Terrorist Financing Risks,” GSMA, Jan. 2010.

[13] I. Mortimer-Schutts, “The Regulatory Implications of Mobile and Financial Services Convergence,” Vodafone Policy paper, no. 6, July 2007.

[14] GSMA, “Regulatory Framework for Mobile Money Transfers,” 2007.