

금융 마이데이터의 전략적 활용에 관한 사례 연구

이주희
전북은행 디지털전략부

A study on strategic use of MyData: Focused in Financial Services

Ju-Hee Lee
Ph.D, Digital Strategy Department, Jeonbuk Bank

요 약 모바일 기기의 확산과 ICT 기술로 핀테크 혁신이 더욱 가속화 될 것으로 전망되는 가운데, 최근 금융의 화두는 '디지털 전환'이며, 여기에는 빅데이터의 활용이 주요 요소라 할 수 있다. 특히 오픈 뱅킹이라는 인프라가 마이데이터와 마이페이먼트 산업과 연계되어 금융정보의 이종결합, 자산 조회 및 이체 기능이 결합되는 오픈 파이낸스 시대가 도래하고 있다. 마이데이터는 데이터 활용을 통한 가치 창출에 주목하여 나타난 개념으로, 데이터의 주체가 능동적인 자기결정권을 갖는데 의의가 있는데 현재 국내에서도 마이데이터가 시행되며 전략적 활용방안을 모색되고 있다. 이에 본 연구는 마이데이터 관련 비즈니스 사례를 분석하여 향후 금융의 디지털 전환을 위한 전략적 활용방안을 제시하는 것을 목적으로 하였다. 해외 주요국가에서 마이데이터 개념을 적용한 PSD2 및 오픈뱅킹 정책을 적극 추진하고 있는 가운데 성공적인 비즈니스 모델(Mint, Information Bank, Strands)의 분석을 통해 데이터 기반 비즈니스의 타당성을 확인하고 공통점을 모색하기 위한 사례 연구를 수행하였다. 거래의 효율성과 다양성을 향상시키는 사업 모델을 제공한다는 관점에서 마이데이터는 기존의 사업 모델을 개선할 수 있는 잠재력이 있음을 확인할 수 있었다. 마이데이터는 본인 중심의 모든 데이터로부터 개별적인 데이터 생태계를 쉽게 구현하고 관리할 수 있어야 하는데 개인이 스스로 이를 관리, 통제, 활용하는 것은 현실적으로 어렵다. 따라서 마이데이터 오픈레이터 또는 마이데이터 서비스 제공자 역할을 할 수 있는 비즈니스 모델이 적극적으로 모색될 필요가 있겠다.

주제어 : 핀테크, 마이데이터, 빅데이터, 데이터 기반 혁신, 사례연구

Abstract The purpose of this study is to investigate the innovation of business model and the effectiveness of the data-driven model. the main concepts and policies related to the data economy are reviewed, and implications are drawn through the analysis of data-based convergence service creation cases. This study identified the existing data-driven business model of the creation of MyData service industry in the financial industry and concept of the data economy. According to the empirical analysis result, this study confirmed that t considering the mobile environment and consumer acceptance of data portability, the ripple effect of the implementation of My Data on the financial industry is expected to be significant.

Key Words : FinTech, MyData, Big Data, Data-driven innovation, Case Study

*Corresponding Author : Ju-Hee Lee(juheelee2003@gmail.com)

Received January 5, 2022
Accepted March 20, 2022

Revised February 8, 2022
Published March 28, 2022

1. 서론

최근 비대면 업무 영역의 확대로 디지털화가 가속화 되고 있는데 이제 디지털 전환(Digital Transformation)은 기업의 생존을 위한 핵심 요소가 되고 있다. 디지털 전환은 "IT 기술을 활용하여 인간의 삶이 더 나은 방향으로 개선되는 현상"으로 디지털 역량을 활용한 산업의 패러다임 변화에 기업의 행태가 변화하는 과정을 뜻한다 [20]. 특히 COVID-19의 지속으로 비대면의 일상화가 진행되는 가운데, 여기서 발생하는 데이터양이 폭발적으로 증가함에 따라 데이터가 핵심자산으로서 부각되면서, 이를 기반으로 한 데이터 산업(Data Industry)이 부상하게 되었다. 지금의 디지털 전환 시대에 데이터 활용은 비즈니스의 주요 요소로 부각되고 있는데, 특히 데이터 자체가 경제적 가치가 있는 자산으로 여겨지면서 선진국을 중심으로 데이터를 매개로한 새로운 생태계를 형성하는 데이터 경제(Data Economy)가 등장했다.

특히 금융업에서도 디지털 전환이 진행되고 있는데 2015년 이후 핀테크의 등장과 함께 ICT의 확산으로 상호 연결된(connected) 세상이 가속화되면서, 은행은 '디지털 뱅킹 플랫폼'으로의 변화를 요구받고 있다[16]. 2018년부터는 정부의 금융혁신을 위한 제도개선이 진행되며 등장한 '마이데이터'와 '오픈뱅킹'이라는 키워드를 중심으로 금융 산업에 새로운 패러다임의 전환기를 맞이하고 있다. 금융의 디지털 전환에 따라 핀테크 관련 연구가 지속되고 있으나 데이터경제나 마이데이터관련 산업 연구나 이들의 적용을 위한 선행연구는 다소 부진한 것이 사실이다. 국내의 경우 대표 핀테크 기업인 토스, 뱅

크샐러드나 캐시노트와 같은 사례가 있으나 이들에 국한되어 서비스가 발전되고 있어 실제 국내 금융데이터 활용에 관한 연구는 더욱 적극적이어야 할 필요가 있다. 이에 본 연구는 데이터경제 발전에 있어 금융의 마이데이터 관련 비즈니스 사례를 분석하여 향후 금융의 디지털 전환을 위한 의미 있는 시사점을 제공하고자 한다.

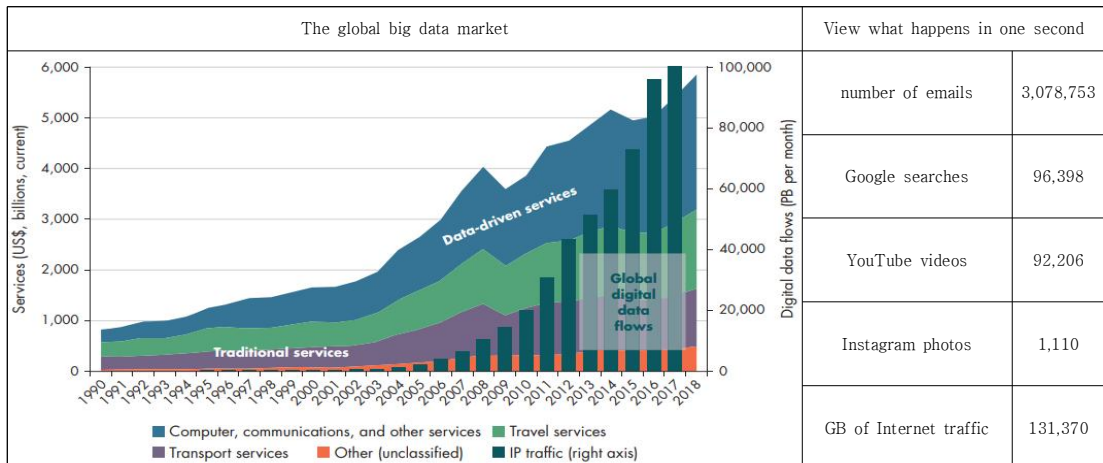
2. 이론적 배경

2.1 데이터경제(Data Economy)

데이터 경제는 2011년 가트너 보고서에서 처음 등장하였는데 "데이터가 경제활동의 중요한 생산요소로 사용되는 경제구조"를 뜻하며 2014년 유럽 집행위원회가 경제성장 동력으로 데이터 경제 개념을 도입하면서 알려지기 시작했다[13]. 기술적 관점에서는 "정교한 소프트웨어 및 기타 도구를 통해 매우 빠른 속도로 매우 상세한 대량의 비즈니스 및 조직 데이터를 저장, 검색, 분석함으로써 창출되는 재정적, 경제적 가치"로 정의된다[1].

모든 종류의 서비스 무역은 1990년 이후 약 20년 동안 6배 증가하여 전 세계 국내총생산(GDP)에서 차지하는 비중이 두 배가 되었는데 데이터 기반 서비스는 전체 서비스 수출의 약 1/4에서 거의 절반으로 증가했다[23]. 인터넷 라이브 스트림에 따르면 전 세계에서 이메일 전송은 1초 당 300만 건 이상, 구글 검색 및 유튜브 동영상 보기는 각 9만건 이상, 인스타그램에 사진 전송 1천건 이상, 인터넷 트래픽 130GB 이상 등의 데이터가 생성되고 있는 것으로 추정되고 있다[5].

Table 1. Global trade in data-driven services[5]



데이터 산업은 “데이터의 생산, 수집, 처리, 분석, 유통, 활용 등을 통해 가치를 창출하는 상품과 서비스를 생산 및 제공하는 산업”으로, “데이터의 생명주기 또는 가치사슬 상에 나타난 데이터와 관련된 제반 활동을 포함해 데이터로부터 가치가 창출되는 일련의 모든 과정, 이와 연관된 활동”을 포함한다[7]. 데이터 산업은 21세기 경제성장의 새로운 원천이나 4차 산업시대 새로운 자원으로 여겨지고 있는데 4차 산업혁명이 정부 관점의 디지털 기술의 혁신을 주도했다면, 최근의 디지털 전환은 기업 또는 산업의 전략적인 디지털 기술 활용에 더 관심이 있다는 점에서 차이가 있다. 따라서 선진국을 중심으로 데이터를 매개로 한 생태계인 데이터 경제의 중요성이 부각되며, 미래 경쟁력의 핵심으로서 경제적 가치를 지닌 자원으로서 활용이 가능해지고 있다.

2.2 데이터 유통(Data Marketplace)

데이터산업은 데이터를 기반으로 한 생태계가 구성되었다는 뜻인데, 이때 데이터 생태계는 데이터 공유를 의미하며 대표적으로 ‘데이터 유통시장’(데이터 시장, Data Marketplace)으로 표현된다. 데이터 시장은 데이터 수요자와 공급자가 수익을 위해 데이터를 사고 파는 곳으로서 실제 데이터 거래가 일어나는 곳을 말하는데 즉 온라인으로 데이터를 검색하고 구매와 판매가 가능하다[18]. 세계 경제 포럼(World Economic Forum)는 “데이터 교환을 재화나 서비스가 교환되는 일반적인 시장처럼 데이터가 교환되는 시장”으로 설명하고 있으며[24], OECD 보고서에서는 “다양한 게시자의 데이터를 호스팅

하고 이해 관계자에게 향상된 데이터를 제공하는 온라인 플랫폼”으로 정의한다[14].

학계에서 유통시장에 대한 많은 이루어졌음에도 불구하고 아직 데이터 유통시장에 대한 단일화 된 정의는 찾기 어렵다. 그러나 각각의 데이터 유통시장은 비즈니스 모델, 기능 및 데이터의 제공방식 등의 측면에서 서로 다를 수 있으며, ‘데이터 유통시장’과 ‘데이터 제공자(Data Provider)’라는 용어가 혼용되는 경우가 있다[19]. 여기서 데이터 제공자의 경우 종종 데이터 브로커(Data Broker), 데이터 공급자(Data Supplier) 또는 데이터 공급업체(Data Vendor)라고도 불린다. 데이터의 활용 가치가 높게 평가되면서 글로벌을 중심으로 ‘데이터 브로커’ 개념이 인지되어 시장규모가 이미 크게 형성된 바 있다. 이들은 “소비자의 정보를 수집하고 재판매할 목적으로 이를 가공하거나 분석을 하는 기업”이며, 전 세계 약 5천 개 이상의 기업이 있는 것으로 추정된다[3]. 즉, 수요자와 생산자의 직접 거래가 가능해지며 방대하고 복잡한 정보의 선택을 효율적으로 도와주는 새로운 형태의 중개업체인 정보 중개자로서 기업 및 고객의 상호 간 정보 교환 과정에 효율성을 높여주는 중개 역할을 수행함으로써 수요자의 탐색 비용 절감과 구매를 용이하게 한다. 데이터 생태계의 빠른 진전에는 정보 규제 등 관련 제도 확립이 큰 역할을 했다. EU는 유럽 데이터 공간에서 보다 원활한 금융 데이터 공유를 설정하기 위한 제도를 강력 추진했는데, 이것이 데이터 생태계의 급속한 발전을 초래 했다[8].

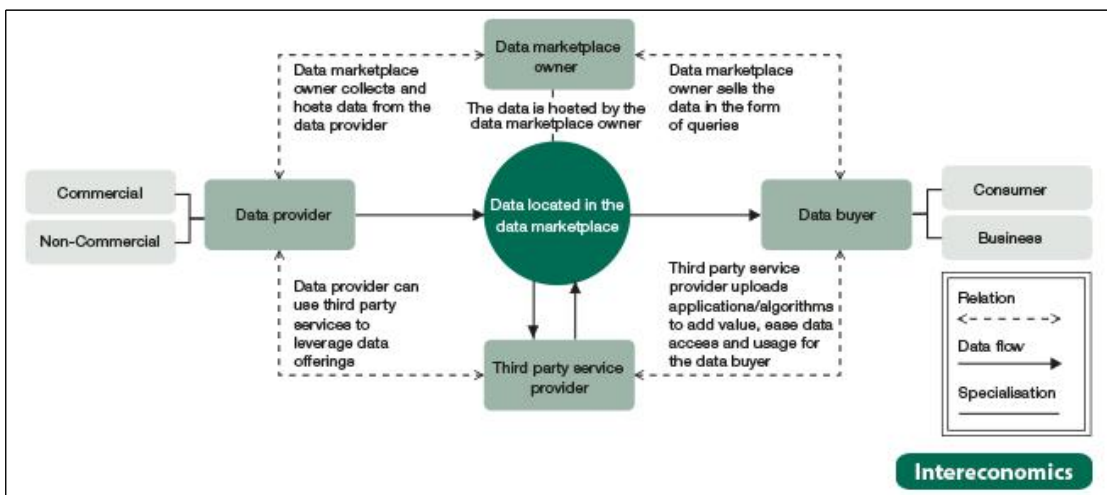


Fig. 1. Role model of data marketplace ecosystems[19]

2.3 마이데이터(MyData)

최근 10년 동안 빅데이터가 이미 대중적인 용어로 되어감에도 불구하고, 최근 금융권을 중심으로 다시 데이터가 화두 되며 마이데이터가 주목받고 있다. 마이데이터란 “기본적으로 기관에게 위임하였던 개인데이터 처리 권한을 개인이 다시 돌려받아 정보처리에 적극적으로 관여할 수 있도록 지원하는 제도”이다[15]. 즉, “본인 정보에 대한 개인의 권리를 보장하고, 정보주체인 개인의 동의에 따라 본인의 데이터를 활용하는 것”을 의미한다[17]. 즉, 개인이 “정보 주체로서 ‘정보 이동권(Right to data portability)’에 근거하여 본인 정보에 대한 활용을 요청하면 기업이 보유한 정보를 요청자 또는 요청자가 정한 제3자에게 개방하도록 하는 것”이다[17]. 이는 본인 데이터에 대한 개인의 권한을 강화하고 정보 주체의 의지에 의해 데이터 활용을 용이하게 하는데 의의가 있다.

2017년 마이데이터 글로벌은 마이데이터 원칙(declaration of MYDATA principles)을 발표하였는데 크게 3가지로 정리된다. 첫째, 형식적인 권리(formal rights)에서 실행 가능한 권리로(actionable rights), 둘째, 데이터 보호(data protection)로부터 데이터 권한 강화로(data empowerment), 마지막으로 폐쇄적 생태계(closed ecosystems)에서 개방형 생태계로(open ecosystems)의 변화이다. 기존에도 금융기관에서는 고객의 신용평가, 조기경보, 고객 이탈 방지, 교차 판매 등의 분야에 개인 데이터를 활용해왔으나 이는 정보 주체인 개인을 위한 것이 아니라 기업의 성과 향상을 위해 활용해 온 것이었다. 마이데이터가 개인정보의 활용 목적과 방법 등을 개인을 결정하며 활용 결과로 인한 개인의 이익이 분명해야 한다는 측면에서 기존과는 차이가 있다.

현재 초기 수준인 국내 마이데이터 비즈니스는 지난 3년 동안 압축적인 성장을 하며 해외 선진국의 정책보다 더 광범위하고 도전적으로 추진되고 있다. 국내의 경우 2018년 데이터산업 활성화 전략을 시작으로 2020년 데이터 3법 개정과 디지털 뉴딜정책을 추진하고 2021년 데이터 기본법을 마련하는 등 데이터 산업을 위한 제도를 마련하고 본인신용정보의 체계적 관리와 고객의 자산 소비 패턴 분석 등을 통한 자산관리를 지원하기 위한 신용정보법 개정을 추진하며 마이데이터 시장을 본격적으로 조성 했다[2].

마이데이터에 앞서 먼저 시행된 오픈뱅킹은 은행 정보를 다른 핀테크 기업들도 쓸 수 있도록 공개하는 것으로 개방형 혁신(Open Innovation)을 추구한다. 고객이 원하는 경우 금융기관에 보관된 본인정보를 제3자 사업자

에게 이동하도록 해주는 마이데이터와 같은 제도의 도입 시 고객정보 제공을 위한 표준화된 API(Application Programming Interface) 구축이 의무화 된다. 따라서 국내에서도 오픈 API구축 및 활용에 대한 준비를 마쳤으며 이제 2021년 12월 시범사업을 시작으로 2022년 1월부터 본격화되는 마이데이터 서비스와 결합하여 자산 관리 플랫폼이 발전하는 등 새로운 데이터 산업 생태계를 만들어 나갈 것으로 보인다.

이처럼 구성된 마이데이터 생태계로부터의 혜택은 개인뿐만 아니라 다른 데이터 보유 및 활용기관, 그리고 관리 및 중재 역할로서의 정부에게도 미치게 된다. 먼저 “개인으로부터 데이터 처리 권한을 받게 되는 제3자는 자체 서비스를 통해 수집하는 데이터 없이도 데이터기반 비즈니스 모델과 상품, 서비스를 개발”하여 새로운 비즈니스를 모색할 수 있다[21]. 대표적으로 개인정보관리 시스템, 데이터 분석 서비스 등 새로운 비즈니스 모델이 창출되어 시장이 활성화됨으로써 산업규모가 확장되고 경제도 활성화될 것이다.

3. 마이데이터 서비스 사례

사례 연구는 잘 알려진 이론을 검증 또는 확장하거나 특정 이론에 도전할 때 유용한 연구방법론 이다[4]. 현재 시점에서 마이데이터 서비스는 정책적으로 미성숙하고 경영적 관점에서도 혁신의 기회를 창출하는데 아직 초기 상태로서 연구를 하는데 있어 연구자가 통제력을 활용할 수 없기 때문에 이론적 검증이 아닌 현상을 설명하는 연구에 중점을 두도록 한다[25]. 본 논문에서는 국내 금융기관의 비즈니스 혁신 모델 연구 차원에서 마이데이터 서비스 모델에 대한 사례 연구를 검토할 것이다. 국내보다 마이데이터가 먼저 시행된 글로벌의 마이데이터 서비스 사례를 수집하였다.

3.1 민트(Mint)

대표적인 자산관리 서비스는 2007년 미국에서 설립된 핀테크 기업 인튜이트(Intuit Inc.)사에서 제공하는 민트(Money Intelligence)서비스이다. 소상공인, 중소기업, 개인을 대상으로 재무, 회계, 세금, 자산관리 관련 소프트웨어 및 서비스를 제공하는 금융 소프트웨어 기업이다. 2009년 인튜이트는 재무·예산 및 신용점수 관리 등 자산관리 서비스를 제공하는 민트를 인수하고 개인 신용평점 조회 및 관리 전문기업인 크레딧카르마를 인수

하면서 사업 영역을 확장했다. 특히 크레딧카르마는 미국, 영국, 캐나다에 약 1억1천만 명의 고객을 보유한 미국 최대 개인종합자산관리 금융 서비스 기업이다.

민트는 데이터를 자동으로 분류하고, 고객이 입력을 최소화하며, 고객에게 가능한 즉각적인 만족을 제공함으로써 사용자의 작업량을 최소화하는데 중점을 두고 있다. 사용자가 본인 정보를 수동으로 입력해야 하는 의무에서 벗어나게 될수록 서비스의 성공가능성이 커지게 되는데 민트는 이를 해냄으로써 기존의 경쟁자들을 제치게 되었다고 분석하고 있다. 이러한 민트 서비스는 무료인데 고객의 자산을 분석하여 비용 절감에 도움이 되는 더 나은 대안을 제공하는데 이때 추천되는 상품에 대한 추천 수수료를 받게 되면 수익을 창출한다.

인튜이트사의 마이데이터 서비스는 개인뿐 아니라 특히 소상공인에 특화된 서비스를 갖추고 있는데 특히 터보택스(turbotax)라는 서비스로 세무서비스 제공에 주력하며, 고객 데이터를 분석하여 제휴된 금융사들을 기반으로 대출 중개, 자산관리 등 다양한 서비스를 제공한다.

종합적인 세무 및 자산관리 서비스를 제공하고 있는 인튜이트는 터보택스를 중심으로 민트를 통해 고객에게 세무 및 재무관리를 종합적으로 제공하는 온라인 종합금융서비스 회사를 목표로 하고 있으나, 수집할 수 있는 데이터가 금융 및 세무 정보로 제한되어 있어 다양한 데이터를 기반으로 한 맞춤형 서비스 제공에는 한계가 있다.

민트는 사용자가 한곳에서 자산의 전체를 한눈에 볼 수 있도록 하고 비용 절감 방법에 대한 조언을 제공하는 등 사용자를 위한 모든 업무를 수행하고 있다. 민트가 기존의 쟁쟁한 경쟁자들 속에서 우위를 점할 수 있었던 것

은 바로 기성품의 불편함과 한계에 주목하고 이를 뛰어넘는 서비스를 제공했기 때문인데, 경쟁사의 미흡한 거래 분류에 대한 고객의 불만을 파악하고, 정확도가 매우 높은 분류 알고리즘을 서비스에 탑재하여 자동화 범위를 최대화하며 고객의 호응을 얻었다. 민트는 개인자산관리 앱으로 은행, 카드, 요금 고지서, 신용도 등을 일괄적으로 관리 가능하며, 국내의 토스나뱅크샐러드 등의 핀테크 서비스와 유사하다고 볼 수 있다. 대형금융사가 시장을 장악한 상황에서 민트는 차별화된 서비스와 편의성으로 고객의 호평을 받으며 시장을 변화시킨 가장 대표적 마이데이터 사례로 꼽히고 있다.

3.2 정보은행(Information Bank)

마이데이터로 인해 개인은 자신의 정보를 적극적으로 관리·활용할 수 있게 되었다. 하지만 개인이 다양한 기업이나 기관과 일일이 계약을 하며 데이터 제공 동의를 하고 이를 기반으로 다른 기관에 데이터를 판매한다는 것은 어려운 일이다. 이를 위해 데이터에 대한 개인의 통제권 강화 방안으로 데이터를 특정 기관에 위탁하고 수익을 얻는 방식을 고려할 수 있는데 일본을 중심으로 정보이용신용은행(정보은행, Information Bank) 개념이 등장했다. 정보은행은 정보주체인 개인과의 계약에 의해 개인 데이터를 관리하고, 개인의 요청 또는 미리 지정한 조건에 따라 개인을 대신하여 타당성 판단 후 데이터를 제3자에게 제공하는 모델이다[10].

일본은 개인정보보호법 개정으로 개인정보의 유통을 가능하게 하고, 판민 데이터 활용 추진 기본법과 차세대 의료기반법 등의 마련으로 제도적 기틀을 잡았다. 이후 2019년에는 정보은행 인증제도의 특성과 개인정보보호

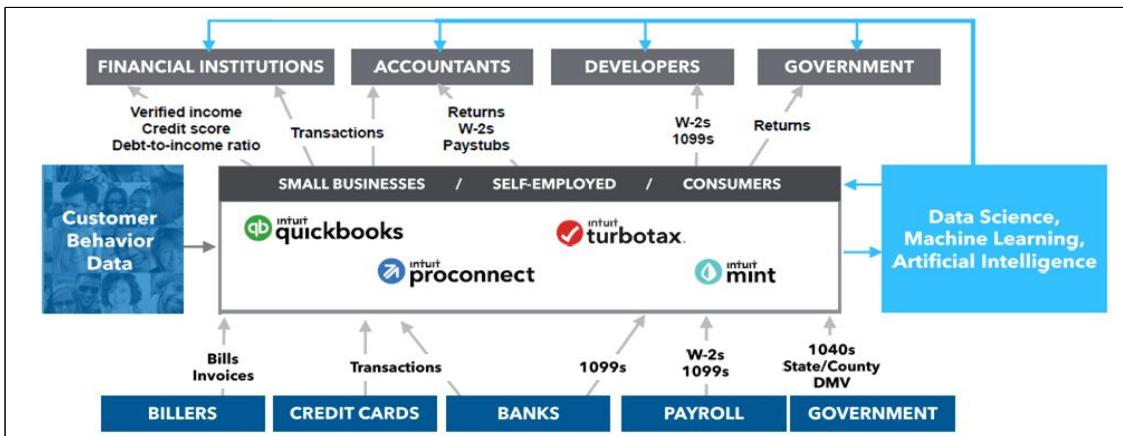


Fig. 2. One Intuit Ecosystem[6]

에 대한 세부적인 지침을 발표하였다.

일본에서는 미쓰비시 신탁은행의 "디프라임", 페리카 포인트 마케팅의 "와타시포스트", J스코어, 주부전력 회사의 지역형 정보은행 서비스 "마인리", 일본의 종합광고 회사 덴츠의 자회사인 마이데이터 인텔리전스의 "MEY", 의료·헬스케어사 MILIZE의 "보험데이터뱅크 서비스" 등이 정보은행으로 허가를 받고 마이데이터 서비스를 제공 중에 있다. 특히 미쓰비시 UFJ 신탁은행은 2021년 3월, 정보은행인 '디프라임(DPRIME)'을 정식 오픈하였는데 안면인식 기반 신원 인증 서비스 등 편리성을 도모하고 수집 정보의 신뢰도를 향상시키고자 노력하고 있다. 이들의 주요 수익모델은 개인정보를 필요로 하는 기업에 중계수수료를 통해 유료로 이를 제공하고 정보 주체인 개인들에게 수수료를 제외한 이자를 지급하는 구조이다.

정보은행은 정보의 소유권과 통제권의 초점을 정보주체 개인을 중심으로 재조정하고 개인정보 통제권을 부여함으로써 정보시장의 균형점을 회복하기 위한 대표적인 정책 사업으로, 개인정보를 제3자에게 제공하는 것과 관련한 판단을 개인이 아닌 신뢰할 수 있는 사업자에게 위탁함으로써 정보제공과 관련한 사항을 스스로 판단하지 않고서도 데이터 활용의 혜택을 누리면서 자신의 개인 데이터를 제3자에게 제공하기 위한 장벽을 낮추는 효과를 거두고자 했다[9]. 단, 데이터 보유자와 사업자간 거래와 증개를 가능케 하여 데이터 거래 시장 형성을 견인하고 있으나 데이터 이동성 권한이 미흡하고 개별적 동의에 기반을 한다는 등의 제도적 한계를 가지며 인센티브 및 표준화의 미흡 등이 지적되고 있다[11]. 결국 정보은행과 같은 비즈니스 모델의 안착은 개인정보에 관리

체계 확립으로 신뢰성을 제고하고 개방형 운영 시스템으로 시장의 수요와 공급 측면에서 다양한 이해관계자들의 참여를 확대하여 플랫폼으로써 네트워크 효과를 만들 수 있느냐가 관건이 되겠다.

3.3 스트란즈(Strands)의 재무관리솔루션

스트란즈(Strands)는 2004년 스페인 바르셀로나에서 설립된 핀테크 소프트웨어 기업으로 소상공인의 재무관리 서비스(Business Financial Management)를 제공하는 PFM 벤더이다. Strands는 금융 기관과 온라인 소매업체가 디지털 채널에서 우수한 고객 경험을 제공할 수 있도록 지원하는 개인화 및 추천 솔루션의 글로벌 제공사이다. 중소기업이 재정을 더 잘 관리할 수 있도록 도와주는 서비스로서 거래, 송장 발행, 현금 흐름 분석, 수입 및 지출, 재무 일정, 예산 책정 등을 관리할 수 있도록 한다. 글로벌 금융 기관을 위해 고도로 맞춤화 가능한 디지털 자금 관리 소프트웨어를 만들어 제공하는 화이트라벨 솔루션으로서 마스터카드, BBVA, Santander, Deutsche Bank 등을 포함하여 7백여 개 은행과 협력하고 있다.

스트란즈의 차별화된 기능으로 꼽히는 것은 먼저 높은 거래 분류 정확도이다. 그리고 지출 습관을 보여주는 재무 캘린더와 개인화된 알림, 현금 흐름 분석, 지출형태를 비교할 수 있는 커뮤니티 제공, 잔액에 영향을 미치지 않으면서 오늘 얼마를 쓸 수 있는지 사용자에게 보여주는 ok-to-spend 기능 등이 꼽힌다. 서비스 측면에서 자산 관리 솔루션이 밀레니얼 세대가 선호하는 고객경험과 인터페이스를 제공함으로써 고객을 유입하고 유지하기 때

7 key benefits for banks([21], 저자 재정리)

key benefits for banks	main contents
고객의 주거래 은행화 (Become your customer's primary bank)	모든 계정을 한번에 볼 수 있는 공간(space)을 제공(비금융기관에서도 가능). 편리하게 한곳에서 : 개인 재무 관리 도구(PFM)
고객을 360° 알기 (Get a 360° view of customers)	계좌통합조회 기술(aggregation technology)을 통해 은행은 중요한 금융/재무 정보를 획득하여 고객의 특정한 요구 사항을 보다 정확하게 발견하고 타겟팅할 수 있음
교차-상향판매 수익 증대 (boost cross & up-sell revenue)	이러한 고객의 이해과정을 통해 통찰력을 획득한 후 은행은 고객 스스로가 필요한 것을 깨닫기도 전에 신속하게 개인화된 서비스를 제공/제안하여 전달
고도화된 CX 제공으로 유지율 ↑, 신규고객 유입 (increase retention and attract new customers with elevated CX)	여러 기관의 계좌를 연결한 고객은 고도화된 고객경험(CX)을 제공하는 서비스 제공기관에 대한 이용도가 높아질 것으로 궁극적으로 충성도가 높아지게 됨
최적화된 중개서비스를 통한 비용절감 및 ROI 극대화 (save money and maximize ROI through optimized brokering)	PFM 서비스들은 항상 동적인 중개 엔진을 기반으로 최대 구동력을 제공하기 때문에 최적화된 중개 서비스를 통한 비용절감 효과를 보임. 은행은 메타 집계(Meta-aggregation)를 선택함으로써 비용을 절약하게 되는데, 더 많은 공급자에 대한 접근성을 제공함으로써 낮은 가격에 더 나은 서비스를 제공하게 됨
단일 서비스 제공사에 대한 의존성 감소 (reduce dependency on a single aggregation services provider)	PFM사들의 메타집계 기술을 통해 수집처의 수를 최적화 시켜놓고 계좌에 접근할 수 있음. 즉, 하나의 연결이 끊어지면 즉시 자동으로 다른 연결로 대체하게 됨으로서 단일 서비스 제공사에 대한 의존성을 감소
풍부하고 깨끗한 고객 데이터 접근 (access rich, cleaner customer data)	고객이 외부 계정을 보유한 위치를 나타내는 집계 데이터 등도 추가 세부사항으로 추가하여 분류 매핑 기능 강화 가능

문에 은행에 필요한 기능이라 평가된다.

즉 Strands Personal Finance(SPF)는 글로벌 금융 기관 및 소비자에게 PFM 솔루션을 제공하며 은행이 고객의 참여를 유도하고 사용자가 자금을 효율적으로 관리할 수 있도록 지원한다. 스트란즈의 서비스로 은행은 고객 관계를 강화하고 고객 데이터를 확보하며 향상된 교차 마케팅 기회를 개발할 수 있다. 특히 중소기업 특화 서비스를 제공하며 고객의 재무제표를 관리할 수 있는 권한을 부여받은 Strands BFM은 중소기업 고객이 본인의 비즈니스에 집중하도록 지원할 수 있음이 강점으로 평가될 수 있는데, 이는 화이트 라벨 솔루션으로서 국내 시장에서도 금융기관을 위한 B2B 비즈니스 모델로 벤치마킹할 수 있겠다.

3.4 국내 마이데이터 서비스의 발전 방안

이처럼 기존에 전통적인 금융기관 중심의 폐쇄적 영업 방식에서 개방형 혁신 모델로의 전환이 본격적으로 진행될 것으로 예상된다. 이제 국내에서도 마이데이터 서비스가 시작되면서 고객의 자기정보 통제가 강화되고, 특히 고객 접점을 차지하기 위한 경쟁이 본격화되면서 대형 금융사의 경쟁력이 약화되고 수수료의 인하로 인한 소비자 혜택 증대 등 금융시장의 개방형 혁신이 촉진되고 있다. 특히 금융 분야에서 마이데이터는 제3자가 고객의 대신해 다양한 금융기관의 계좌 잔액과 거래내역 등 금융정보를 수집하고 지급지시할 수 있는 서비스이다. 따라서 정보주체인 개인이 본인 데이터 활용성을 높이고 우수한 데이터 활용 역량을 갖춘 핀테크가 기존의 금융기관과 대등하게 경쟁할 수 있는 환경을 조성할 것으로 기대된다.

마이데이터 서비스로 인한 시장의 주요 변화는 먼저 단일 인터페이스를 통해 모든 금융 현황과 관계를 확인할 수 있다는 점이다. 특히 은행의 관점에서 고객에게 부가가치 서비스를 제공하게 되는데 은행이 고객과 더 긴밀한 관계를 구축하여 고객 이탈을 줄이고 기존의 주거래 은행에서 전체 금융 현황을 확인하고 관리한다는 점이다. 여기서 은행의 가장 큰 이점은 이러한 금융 집계 기능을 통해 고객에 대해 더 많이 알 수 있어 더 나은 개인화 상품을 제공할 수 있다는 것이다. 특히 계좌통합조회(account aggregation) 영역이 우선적으로 큰 변화를 보이고 있다.

두 번째 변화는 민트의 출시당시 고객들은 기존의 은행이 아닌 새로운 핀테크 서비스로 이동하여 본인 계좌를 연결할 수 있다는 점에 긍정적으로 평가했다는 점에

의미가 있다. 이에 따라 경쟁적으로 은행들도 모든 금융 현황을 볼 수 있을 뿐만 아니라 전반의 금융생활에 대한 더 나은 통찰력과 예측을 제공하는 보다 초개인화된 PFM으로 나아가고 있다. 즉 계좌통합조회 분야에서 가장 크게 변화된 부분은 고객이 자신의 계좌에 접근하길 원하고 데이터 공유에도 더 개방적이라는 점이다. 인투이트사의 터보택스 서비스에서와 같이 중소기업의 현금 흐름 관리를 효율적으로 관리되도록 돕기 위해 대출 및 회계장부에 승인된 금융 데이터 공유가 사용되는 것을 볼 수 있었다. 즉 이전과 큰 차이점은 이제 데이터 집계가 다양한 유형의 애플리케이션이 효율적으로 작동하도록 하는 핵심 구성 요소가 되고 있다는 것이다.

마지막으로 지금까지 금융을 중심으로 추진해온 마이데이터 사업은 금융뿐 만이 아니라 의료 및 공공분야 등으로 확산을 위해 법률 개정이 되는 등 궁극적으로 분야의 장벽 없이 데이터가 자유롭게 활용되는 것을 지향하고 있다. 따라서 기존의 금융기관들은 지금의 데이터 경제 시장에서 소비자가 체감할 수 있을 정도의 효과를 낼 수 있는 혁신적 비즈니스 모델로 마이데이터를 활용하기 위한 전략을 수립해야 할 것이다.

4. 결론

4.1 요약 및 논의

본 논문에서는 국내보다 먼저 마이데이터 개념을 도입한 해외의 대표적인 마이데이터 서비스 사례를 분석하여 국내에서도 본격화되고 있는 마이데이터를 기반의 금융 시장 변화에 대하여 전망해 보았다. 마이데이터는 본인 중심의 모든 데이터로부터 개별적인 데이터 생태계를 쉽게 구현하고 관리할 수 있어야 한다. 그러나 개인 스스로 기업이나 기관에 산재한 본인 데이터를 확인, 통제, 활용하는 것은 현실적으로 어렵다. 따라서 '마이데이터 오픈레이터' 및 '마이데이터 서비스 제공자' 역할을 할 수 있는 비즈니스 모델이 개발되어야 함을 확인할 수 있었다.

금융의 마이데이터 서비스와 관련된 비즈니스 모델 혁신에 관한 몇 가지 중요한 결과를 도출할 수 있겠다. 첫째, 금융기관이 마이데이터 서비스를 적극 도입하기 위해서는 몇 가지 해결해야 할 문제가 있지만, 거래의 효율성과 다양성을 향상시키는 사업 모델을 제공한다는 관점에서 마이데이터 비즈니스는 기존의 사업 모델을 개선할 수 있는 잠재력이 있음을 확인하였다.

둘째, 마이데이터 서비스는 금융 고유 업무 뿐 아니라 데이터 유통 비즈니스로 확장할 수 있어 데이터 관련 기업들과 파트너십을 구축하고 있다. 미국의 민트 서비스는 대규모 사용자 확보에 있어서는 성공적이었으나 다양한 데이터 수집 등의 어려움을 겪으며 맞춤형 서비스 제공에 한계를 보이기도 하였다. 마이데이터 사업 성공을 위해 개인들의 편리한 데이터 관리와 다양한 데이터 수집이 가능한 개방성이 중요한 것이다.

셋째, 국내 대형 금융사들은 수퍼앱 전략을 추진하고 있다. 은행의 플랫폼화는 은행뿐만 아니라 핀테크 등 모든 이해 관계자가 참여하는 개방형 API 생태계를 조성해야 가능하다. 이는 데이터 경제라는 시대적 흐름에 대비하여 기존에 보유한 오픈 플랫폼을 활성화시키기 위한 전략이 필요하다는 것이다. 이제 글로벌만이 아니라 국내도 언번들링을 넘어 리번들링 현상이 목격되는데, 기존 뱅킹앱에 계열사 서비스까지 합친 통합 플랫폼을 구축하고 있다. 즉 경쟁에서 살아남은 가장 최적의 서비스가 수퍼앱이라 불리는 강력한 플랫폼을 중심으로 통합되는 모습을 확인할 수 있다. 기존 비즈니스 모델을 혁신하기 위해 전용 마이데이터 채널 구축 등과 같은 분리된 형태의 대규모의 서비스 구축보다는 수퍼앱으로 가기위한 단계적인 비즈니스 모델 고도화에 집중해야겠다.

지금의 모바일 환경과 데이터 이동권에 대한 소비자 이해 정도 등을 고려했을 때 마이데이터 시행이 금융에 미치는 파급 효과는 상당할 것으로 예상된다. 특히 데이터를 활용한 사업기회는 은행, 핀테크 기업 등 모든 사업자에 공평하게 제공되기 때문에 향후 금융 시장경쟁에서 데이터 활용 역량은 경쟁력의 척도가 될 수 있다[12].

4.2 연구의 의의 및 한계점

본 연구는 데이터 경제 활성화에 대한 마이데이터의 정책과 특정 사례 연구만을 진행했다는 한계점이 있으나, 본 연구를 통해 4차 산업혁명 시대 혁신적 금융에 대한 구체적인 모습을 고안할 수 있을 것이며 금융 산업을 한 층 더 발전시키는 계기가 될 것으로 기대된다. 향후 연구 방향으로는 본 연구에서 다루지 못한 혁신적 금융에 대한 사례들에 대한 면밀한 분석으로 사업적 성공 요인과 함께 정부의 제도적 장치의 발전방향 등을 통해 보다 산업 생태계, 실무적, 학문적 측면의 의미 있는 후속 연구로 확대 될 필요가 있다.

REFERENCES

- [1] Coupland, Rob, "Digital Realty", *Data Economy Report*, 2018.
- [2] FINANCIAL SERVICES COMMISSION.(2018.7.18.). A Study on Introduction Plan of MyData industry in the financial sector. *FINANCIAL SERVICES COMMISSION press release*.
- [3] Gartner.(2016.6). "How to choose a data broker". *Gartner white paper*, Stamford, CT. Chicago : Gartner Research. Retrieved from <http://www.gartner.com/smarterwithgartner/how-to-choose-a-data-broker>.
- [4] Han, J. and Park, C.M. (2017). Case study on adoption of new technology for innovation: perspective of institutional and corporate entrepreneurship. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(2), 144-158.
- [5] Internet Live Stats.(2021.10.24). *Internet Live Stats*. <https://www.internetlivestats.com/one-second/>.
- [6] Intuit(2019). *Intuit investor day presentation*. <https://investors.intuit.com/events-and-presentations/event-details/2019/Intuits-Investor-Day-2019/default.aspx>
- [7] Korea Data Agency.(2020). 2019 Data Market Status Research, *Korea Data Agency*, 127004.
- [8] Korea Data Agency. (2021). International discussion on data sharing and ecosystems, *Data Industry Trend Issue Brief*, 2019(9).
- [9] Korea Information Security Agency.(2018). Policy Trends Related to Japanese Information Bank, Korea Information Security Agency, 2018(4).
- [10] Korea Information Security Agency.(2020). Case study of Japanese information bank business and other implementation examples , *Overseas Personal Information Protection Trend Report*, 2020-11-4.
- [11] Korea Information Society Development Institute.(2020). Japan's Information Bank Certification System and Data Distribution Service Model. *KISDI AI TREND WATCHJ* , 2020-6.
- [12] National Assembly Futures Institute.(2020). 2020 Banking Issues and Policy Proposals, *GFIN Report*.
- [13] Newman, David.(2011). How to Plan, Participate and Prosper in the Data Economy, *Gartner Research*.
- [14] OECD Report.(2019). Enhancing Access to and Sharing of Data, *OECD Report*, <https://www.oecd-ilibrary.org/content/publication/276aaca8-en>.
- [15] Rissanen, T..(2016). Public online services at the age of mydata: a new approach to personal data management in Finland. *Gesellschaft für Informatik e.V.*, 81-92.

- [16] S. H. Ok, K. T. Hwang.(2017). A Study on the Development of the Korean Internet Banks. *Journal of Digital Convergence*, 15(12), 111-126.
- [17] Samjong KPMG.(2020). Samjong Insight: The Rise of the Data Economy, MyData: Focusing on Financial Industry, *Samjong Insight*, 68.
- [18] Shinkon KIM, Lee, Sukjun, Kim Jeong Gon.(2016). A Study on the Development of Phased Big Data Distribution Model Based on Big Data Distribution Ecology. *Journal of Digital Convergence*, 14(5), 95-106.
- [19] Spiekermann, M..(2019). Data Marketplaces: Trends and Monetisation of Data Goods. *Intereconomics* 54, 208-216.
DOI : 10.1007/s10272-019-0826-z.
- [20] Stolterman, Erik, and Anna Croon Fors.(2004). Information Technology and the Good Life. *IFIP International Federation for Information Processing*, 687-692. DOI : 10.1007/1-4020-8095-6_45
- [21] Strands(2017). *7 key benefits for banks*. Strands. <https://blog.strands.com/interview-on-the-account-aggregation>.
- [22] SungHyun Na.(Dec. 2018). A Study on the Internet Policy Framework in the era of 4th Industrial Revolution. KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE. *Policy Research*, 2018(44), 1-314.
- [23] World Bank.(2021). World Development Report 2021: Data for Better Lives, *World Bank Group*, Washington, <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2021>.
- [24] World Economic Forum.(2021.8). Towards a Data Economy: An enabling framework, *WHITE PAPER*.
- [25] Yin, R. K.(2009). *Case study research: Design and methods (4th Ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.

이 주 희(Lee, JuHee)

[정회원]



- 2001년 2월 : 이화여자대학교 통계학(이학사)
- 2016년 2월 : 이화여자대학교 경영학(석사/박사수료)
- 2019년 2월 : 호서대학교 벤처대학원(경영학박사)
- 2021년 10월 ~ 현재 : 전북은행 재직
- 2021년 3월 ~ 현재 : 고려사이버대학 융합정보대학원 외래교수
- 관심분야 : 핀테크, 빅데이터, 데이터마케팅, 비즈니스모델
- E-Mail : juheeleee2003@gmail.com