

Contents

02

오피니언 | 공매도를 바라보는 시각과 건전한 시장 발전방향

08

금융포커스 | 美 찰스슈왑의 독립투자자문업자 대상 판매지원 플랫폼 사업
中, 온라인 금융서비스 개선을 위한 新계좌제도 실시와 시사점
차별화 전략으로 변화를 선도하는 베트남 온라인 플랫폼 기업들

21

비즈니스 라운지 | [경영인사이트] 자율주행차 운행 확산에 따른 보험시장 영향 및 시사점
[부동산] 수익형부동산 투자의 꽃 상가투자
[인터뷰] 신뢰로 쌓아 올린 중고차 외길 - 서울자동차매매사업조합
[도서] 볼드, 새로운 풍요의 시대가 온다

38

글로벌 포커스 | 중국 채권시장의 이해 및 시장개방에 따른 투자기회 모색

43

경제 포커스 | 핀테크와의 협업으로 리테일금융 확대에 나선 필리핀 은행들
국내외 경제동향

49

신한 기업솔루션 | [컨설팅] 은퇴, 직장인들이 진정 궁금해하고 걱정하는 것은 무엇일까?
[금융상품 및 서비스] 『SWIFT SCORE 서비스』

※ 본지에 게재된 내용은 각 집필자 개인의 견해이며 신한금융그룹 및 신한미래전략연구소의 공식 견해가 아닙니다.



신한리뷰 Monthly Magazine

- 발행일, 2016년 9월 5일
- 발행처, 신한금융지주회사
서울시 중구 세종대로9길 20
- 디자인, DASOL AD 02.2266.6848

· 본지에 대한 의견은 7172happy@shinhan.com으로 보내주시기 바랍니다. (02)6360-3221

· 신한은행 홈페이지(www.shinhan.com)에 접속하셔서 스마트 펀드센터 → 리서치센터 → 신한경제브리프 → “신한리뷰 Monthly Magazine” 메뉴를 클릭하시면 PDF로 다운로드 받을 수 있습니다.

공매도를 바라보는 시각과 건전한 시장 발전방향



황세운 자본시장실장
자본시장연구원

현재 국내에서 공매도를 바라보는 시각은 개인투자자와 기관투자자(외국인 포함) 간에 뚜렷한 차이를 보이고 있다. 개인투자자는 부정적인 시각이 뿌리깊게 형성되어 있는 반면, 기관투자자는 긍정적인 시각을 나타내고 있다. 공매도에 대한 이러한 시각 차이는 공매도의 중요한 기능이 무엇인가에 대한 인식과 공매도 전략 실행을 위한 접근가능성의 차이로부터 발생한다. 기관에 비해 개인이 공매도 전략을 실행하기 위해서는 조건이 무척 까다로운 편이다. 금융당국에서도 올해 3월 공매도에 관한 공시의무를 강화하고, 위반 시 처벌을 확대하는 등 불공정거래 행위를 억제하려 하고 있다. 공매도 규제와 건전한 시장 발전방향에 대해 알아보자.

공매도라는 투자전략

주식시장에 관한 기사를 읽다보면 종종 만나게 되는 용어 중에서 공매도(空賣渡, short sale)라는 것이 있다. 주식거래의 경험이 없는 일반인들에게는 다소 생소하게 다가오는 공매도는 주식을 보유하지 않은 상태에서 매도하는 행위를 의미한다. 가지고 있지 않은 주식을 매도한

다고 하면 아마 상당히 이상하게 들릴텐데, 주식을 가지고 있는 다른 사람으로부터 주식을 빌려와서 판 후 나중에 동일한 주식을 다시 사서 원래의 주인에게 되갚는 방식으로 거래가 이루어진다. 차입을 이용한 매매기법으로 볼 수 있으며, 글로벌 주식시장에서 널리 활용되는 투자 전략 중의 하나이다.

※ 본고의 내용은 집필자 개인의 견해이며 신한금융그룹 및 신한미래전략연구소의 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.

공매도는 매도시점에서의 주식차입유무에 따라 차입공매도와 무차입공매도로 구분된다. 차입공매도는 주식을 먼저 차입한 후 매도하는 방식이며 무차입공매도는 주식차입없이 매도가 이루어진다. 국내에서는 “자본시장과 금융투자업에 관한 법률”(이하 자본시장법)에 의해 무차입 공매도는 허용되어 있지 않으며 차입공매도만 가능하다.

국내 시장에서 공매도가 관심을 받기 시작한 것은 비교적 최근의 일이지만, 사실 공매도의 역사는 매우 오래되었다. 금융거래에서 공매도가 최초로 나타난 곳은 1609년 네덜란드였던 것으로 보는 견해가 많다. 17세기 초 네덜란드의 상인이자 VOC¹라는 회사의 대주주였던 Isaac Le Maire는 VOC의 최고경영자의 지위에서 저지른 위법행위로 인해 대규모 경영권 분쟁에 휘말리게 되었다. 그 결과로 Maire는 VOC 경영진에서 물러나게 되는데 이에 불만을 갖게 된 그는 공매도 전략이라는 당시로는 최첨단의 금융거래 기법을 개발하여 스스로가 대주주로 있던 VOC를 공격하였다. 그런데 Maire에 의한 최초의 공매도 전략 활용은 결국 실패로 끝나버렸고 대규모 손실을 감수해야 했다.

공매도 거래는 주식시장에서 가장 흔하게 관찰되지만 주식 이외의 상품에 대해서도 얼마든지 적용이 가능하다. 예를 들어 채권과 같은 금융상품에 대해서도 실제로 공매도 거래가 이루어지고 있으며, 이론적으로 금융상품뿐만 아니라 원유, 철광석, 곡물, 부동산 등의 실물자산에 대해서도 공매도 거래가 충분히 가능하다.

물론 실물자산의 경우 거래대상 상품의 인도(delivery)에 관한 번거로움이나 동일한 상품의 재구매에 대한 부담 등의 이유로 공매도 거래가 일상적으로 발생하는 사례는 거의 없다.

공매도를 바라보는 대립적인 시각

현재 국내에서 공매도를 바라보는 시각은 개인투자자와 기관투자자(외국인 포함) 간에 뚜렷한 차이가 관찰된다. 공매도에 대한 부정적인 시각은 개인투자자를 중심으로 뿌리깊게 형성되어 있는데, 공매도가 주가하락을 증폭시켜서 투자자들에게 대규모 손실을 가져오고, 주식시장의 변동성을 확대시켜 공포심을 유발하고 투자심리를 급격히 위축시킨다고 주장한다. 이와는 대조적으로 공매도에 대한 긍정적인 시각은 기관투자자를 중심으로 나타나고 있는데, 공매도는 부정적인 정보가 주가에 신속히 반영될 수 있는 주된 경로로 작용하기 때문에 주식시장의 효율성 유지에 매우 중요한 역할을 담당하고 있음을 주장한다.

공매도에 대한 이러한 시각 차이는 사실 공매도의 주요한 기능이 무엇인가에 관한 인식과 공매도 접근가능성에 대한 차이로부터 발생한다. 현대 금융시장에서 주식시장이 가지는 역할을 감안할 때 효율적으로 작동하는 주식시장의 중요성은 매우 클 것이다. 여기서 ‘효율적’이 의미하는 바는 가격발견의 효율성, 즉 기업가치에 관한 정보가 얼마나 신속히 해당 기업의 주가에 반영되는가이다. 기업가치에 관한 정보가 신속히 주가에 반영될 때 그러한 주가흐름을 기반으로 투자에 관한 의사결정이 최적화될 수 있으며

¹ 이 회사는 네덜란드 동인도 회사(Dutch East India Company)라는 이름으로 더 잘 알려져 있다

경제전체의 자원배분도 효율적으로 이루어진다. 공매도는 부정적인 기업정보를 신속히 주가에 반영시키는 기능을 가지고 있기 때문에 주식시장의 가격효율성 유지에 중요하며, 이러한 기능이 훼손되는 것은 바람직하지 않다는 것이 공매도를 지지하는 시각이 강조하는 점이다. 반면 공매도를 반대하는 시각은 공매도가 주가하락을 지나치게 부추기며 불공정한 주가조작에 악용될 수 있다는 점에 주목한다. 주식시장은 때때로 정보에 과민하게 반응하는 경우가 있으며, 특히 위기상황이 발생할 경우 공매도를 통한 급격한 가격하락이 시장을 패닉상태로 몰아갈 가능성이 있다. 또한 공매도는 불공정 거래에 악용될 가능성이 있으며 이는 공매도의 효용성을 감소하게 만드는 요소이다.

개인투자자와 기관투자자간에 시각 차이를 초래하는 또 하나의 요소는 공매도에 대한 접근가능성이다. 국내 주식시장은 원칙적으로 기관투자자와 개인투자자 모두에게 공매도를 허용하고 있다. 그렇지만 실질적인 공매도 전략의 실행에 있어 개인투자자와 기관투자자간에는 큰 차이가 있다. 기관투자자들의 경우 공매도 전략의 실행에 있어 제약요소가 거의 없다. 공매도를 위한 주식차입에 있어서 종목의 제한이 거의 없으며 주식대차를 위한 보증금 예치의무가 없고 대차기간도 6개월까지 설정 가능하다. 개인투자자의 경우 기관투자자에 비해 주식차입의 조건이 무척 까다로운 편이다. 주식차입을 위한 비용도 상대적으로 높고², 보증금 예치가 필수

적이며 차입기간도 1개월~3개월 정도로 기관투자자에 비해 짧게 설정되어 있다. 이러한 상황에서는 개인투자자에 의한 공매도가 사실상 불가능에 가까워진다. 외국인을 포함한 기관투자자들은 공매도 전략의 실행이 자유로운 반면 개인투자자들은 어쩔 수 없이 공매도의 반대 포지션에 설 수 밖에 없는 것이다. 공매도를 통해 수익을 올리는 기관은 존재하지만 개인은 찾아볼 수 없는 이유가 여기에 있으며, 개인투자자들은 공매도 제도의 희생양이 되고 있다는 불만이 제기되는 원인으로 작용한다.

공매도와 신용거래

공매도에 대한 이해를 높이기 위해서는 공매도와 주식신용거래를 비교해볼 필요가 있다. 주식신용거래는 보유한 현금이 없는 상태에서 돈을 빌려 주식을 매입하는 행위를 의미한다. 공매도와 주식신용거래는 수익의 방향성이 정반대인 점을 제외하면 그 거래구조가 사실상 동일하다고 볼 수 있다.³ 이 두 가지 투자기법은 정보에 기반한 거래를 촉진함으로써 시장의 가격효율성을 증가시킨다. 예를 들어 어떤 투자자가 가지고 있는 돈이나 주식은 없지만 주가가 상승할 것임을 확신하고 있다고 가정해보자. 만일이 투자자의 판단이 정확하다면 해당 투자자는 보유한 현금이 없어도 충분히 수익을 올릴 수 있다. 금융회사로부터 자금을 빌린 뒤 빌린 돈으로 주식을 사서 보유하면 되기 때문이다. 예상한 대로 주가가 오르게 되면 해당 투자자는

² 일반적으로 개인투자자의 신용도가 기관투자자에 비하여 낮기 때문에 개인투자자들의 주식차입 비용이 더 높은 것은 충분히 합리적으로 설명할 수 있다. 그렇지만 현재의 비용수준은 신용도의 차이를 감안하더라도 지나치게 높은 수준일 수 있다는 견해가 존재한다

³ 이러한 이유로 주식신용거래를 공매수(空買收)라고 부를 수 있다는 견해도 존재한다

오른 가격에 주식을 팔고 빌린 원금과 빌린 기간만큼의 이자를 금융회사에 되갚은 후 주가차익을 수익으로 가지게 될 것이다. 주가가 떨어질 것으로 예상되는 경우에는 주식신용거래를 대신해서 공매도를 활용하면 된다. 금융회사로부터 주식을 빌린 뒤 매도한 후 예상한 대로 주가가 떨어지게 되면 해당 투자자는 떨어진 가격에 주식을 되사서 금융회사에 갚은 후 주가차익만큼의 수익을 올릴 수 있다.

공매도와 신용거래는 차입을 기반으로 하며, 기업정보가 주가에 반영되는 속도를 높임으로써 주식시장의 효율성을 개선시킨다는 공통점을 가진다. 기업의 긍정적인 소식이 주식시장에 전달되었을 때 신용거래가 가능한 경우와 그렇지 않은 경우를 비교한다면, 당연히 신용거래가 가능할 경우 더 많은 주식매수 수요가 발생해서 주가상승이 신속하게 일어날 것이다. 부정적인 정보일 경우에도 상황은 흡사하다. 특히 주가하락이 발생할 경우 손실확정을 기피하기 위해 주식의 매도를 미루게 되는 현상이 나타날 수 있는데 이는 주가의 정보반영 속도를 감소시키게 된다. 공매도가 가능한 상황에서는 부정적인 정보에 대해 더 많은 주식매도 수요가 발생할 수 있기 때문에 주가하락이 신속하게 일어난다. 투자위험의 측면에서도 공매도와 신용거래는 동일한 속성을 가진다. 상승을 예상해서 신용거래로 주식을 매입하였는데 반대의 방향으로 주가흐름이 나타난다면 신용거래 주체는 손실을 보게 될 것이다. 같은 이유로 하락을 예상해서 공매도를 실행하였는데 주가가 오르게 된다면 공

매도 거래자는 손실을 피할 수 없다.

이상에서 살펴본 바와 같이 주식신용거래와 공매도는 주가상승에 대한 투자이나 혹은 주가하락에 대한 투자이나를 제외한다면 그 경제적 기능이 동일하다. 따라서 공매도가 불공정하고 불합리한 투자방식이라면 주식신용거래도 똑같이 불공정하고 불합리한 투자방식이 되어야 한다. 경제적 실질이 같다는 것은 규제적 측면에서도 주식신용거래와 공매도에 대해 동일한 기준이 적용되어야 함을 의미한다. 실제로 국내 주식시장에서 주식신용거래와 공매도가 동일한 시기에 도입되었는데 양 제도가 가진 대칭적인 성격이 고려되었기 때문이다.

국내의 공매도 규제

국내의 공매도 규제는 공매도에 관한 공시의무를 강화하고 공시의무를 위반할 경우 처벌을 확대하는 방향으로 변화되어 왔다. 2016년 3월 국회를 통과한 자본시장법 개정안은 공매도 거래자에 대해 순보유잔고의 보고 및 공시의무를 부과하고 있으며, 보고의무를 위반하거나 거짓 보고하는 경우에 대해서는 과태료 부과를 허용하였다. 먼저 순보유잔고의 보고의무를 살펴보면, 차입공매도한 자는 공매도 순보유잔고가 발행주식의 0.01%를 넘을 경우 매도자의 순보유잔고에 관한 사항과 그 밖의 필요한 사항을 금융위원회와 한국거래소에 보고해야 한다.⁴ 순보유잔고의 공시의무에 있어서는 공매도 순보유잔고가 발행주식의 0.5% 이상인 경우 차입공매도자는 공매도 해당증권에 관한 사항, 매도자에

⁴ 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제180조의2 (2016년 3월 29일 신설)

관한 인적사항, 매도자의 순보유잔고에 관한 사항을 공시해야 한다.⁵ 의무위반에 대한 처벌조항도 신설되었는데, 보고의무를 위반하거나 거짓 보고할 경우 최대 5천만 원의 과태료가 부과될 수 있도록 규정하고 있다.⁶ 공매도 공시규제 강화와 더불어 또 한가지 중요한 제도상의 변화로 공매도 제한에 관한 규정이 신설되었다는 사실을 주목할 필요가 있다. 개정된 자본시장법은 금융위원회가 증권시장의 안정성 및 공정한 가격형성을 저해할 우려가 있는 경우에 대통령령으로 정하는 바에 따라 차입공매도를 제한할 수 있도록 허용하였다.⁷

개정된 자본시장법이 채택하고 있는 공매도 공시강화 및 공매도의 제한 허용은 공매도 거래 억제를 목적으로 한다. 개인투자자를 중심으로 공매도에 대해 비난여론이 팽배한 상황에서 공매도 순보유잔고가 높은 투자자의 인적사항을 공개하는 것은 해당 공매도 투자자에게 엄청난 사회적 부담으로 작용할 것이다. 또한 공매도 공시의무를 가진 자는 공시의무가 발생한 날로부터 3영업일이 되는 날에 관련정보를 공시해야 한다. 이는 해당 투자자의 공매도 전략을 직접적으로 시장에 노출시키는 효과를 가져 오기 때문에 공매도 투자자에게 또 다른 부담요소로 작용하게 된다. 공매도 공시강화는 이 두가지 경로를 통해 공매도 거래를 일정수준 약화시키고자 하였다.

한편 공매도 제한은 개별 투자자단위가 아니

라 시장 전체에 대해 일정기간 동안 공매도거래를 제약하는 형태이다. 2008년의 글로벌 금융위기나 2011년의 유럽 재정위기와 같이 대규모의 위기상황이 발생하여 주식시장이 패닉상태에 빠질 경우 공매도에 의해 추가하락이 과도하게 진행될 가능성을 차단하기 위한 것인데, 공매도의 기능을 억제하는 목적을 가진다는 측면에서 공매도 공시강화제와 동일한 맥락을 가진다.

공매도와 시장의 건전한 발전방향

공매도는 주가의 하락이 예상되는 시기에 수익을 올리는 투자기법이기 때문에 국내에서는 부정적인 인식이 강한 편이며, 개인투자자를 중심으로 표출되는 불만을 고려하여 공매도에 대한 규제가 강화되는 추세에 있다. 그렇지만 공매도는 주식시장의 효율성 제고라는 분명한 순기능을 가진 것도 사실이다.

따라서 공매도에 대한 규제는 공매도의 순기능은 훼손시키지 않으면서 불공정거래행위에 악용될 가능성을 줄이는 방향으로 발전해나갈 필요성이 크다.

공매도에 관한 학계의 연구결과를 살펴봐도 이러한 규제방향을 지지하는 결과들이 주류를 이룬다. 공매도가 추가하락을 가져오는 것은 대부분의 연구에서 폭넓게 인정되고 있다. 그러나 많은 경우 추가하락은 해당 기업의 펀더멘탈 변화를 반영하는 수준이며, 일부 투자자들이 주장

⁵ 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제180조의3 (2016년 3월 29일 신설), 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 시행령 제208조의 3, 금융투자업규정 제6-31조의 2

⁶ 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제449조 제1항 제39의 2호, 제39의 3호, 제39의 4호 (2016년 3월 29일 신설)

⁷ 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제180조 제3항 (2016년 3월 29일 신설)

하는 것처럼 과도한 주가폭락을 부추기는 사례는 오히려 많지 않은 것으로 보는 견해가 다수이다. 또한 공매도의 제한이 주가의 하락을 막지는 못하며 주가하락의 속도를 일부 지연시키는 효과만이 존재한다는 연구결과가 반복적으로 보고되고 있다. 주가는 결국 기업의 내재가치를 반영하는 것이므로 공매도를 제한하더라도 부정적인 정보반영을 차단할 수는 없기 때문이다.

이러한 학계의 연구결과를 감안할 때 공매도에 대한 향후 규제방향은 다음과 같은 사항을 고려할 필요가 있다.

공매도와 관련된 정보공시는 긍정적으로 평가할 수 있는 부분이 있지만, 정보공개의 익명성은 보장되는 것이 바람직하다. 공매도 공시강화가 가져온 중요한 성과 중의 하나는 개별종목 단위로 공매도 총잔량이 공개되기 시작했다는 점이다. 개별종목의 공매도 총잔량은 주가흐름에 대한 지표정보로서 매우 유용하게 활용될 수 있다. 개인투자자들은 공매도 총잔고의 변화추이를 관찰함으로써 해당종목에 대한 시장의 평가를 판단할 수 있기 때문이다. 반면 투자자 단위의 인적정보 공개에 대해서는 실효성에 대해 반론이 제기되는 상황이다. 투자자들의 투자전략 존중과 공매도의 순기능 유지를 위해서 정보공개의 익명성은 인정될 필요가 있다.

공매도 규제에 있어서 강조될 필요가 있는 부분은 공매도 거래와 공매도를 악용한 불공정거래행위는 구별되어야 한다는 점이다. 많은 사람들이 공매도 거래를 공매도를 악용한 불공정거래행위와 동일한 것으로 인식하고 있다는 것은 안타까운 일이다. 공매도 거래는 그 자체로는 가

치중립적이며 고유의 경제적 기능을 가진다. 공매도가 시세조종을 위한 불공정거래에 악용되었다면 이는 불공정거래 세력에 대한 색출 및 처벌 노력 강화로 대응하는 것이 합리적이다. 불공정거래에 악용되는 것을 막기 위하여 공매도 규제를 지나치게 강화한다면 공매도의 순기능까지 없애버리기 때문에 득보다는 실이 클 것이다. 예를 들어 비유하자면 공매도는 우리가 일상적으로 사용하는 칼과도 같다. 잘 갈려진 칼은 범죄에 악용될 수 있음을 우리는 잘 알고 있다. 그렇지만 반대로 맛있는 요리를 만드는 데에 칼이 반드시 필요함도 우리는 잘 이해하고 있다. 범죄에의 악용 가능성 때문에 칼의 사용을 금지하자는 주장에 동의하는 사람은 많지 않을 것으로 예상된다. 공매도도 이와 유사하다. 악용의 가능성 때문에 아예 금지해버릴 것인가, 아니면 불공정거래에 대해서는 처벌로 대응하되 공매도의 순기능을 잘 활용할 것인가에 대해 현명한 판단이 필요할 것이다.

마지막으로 공매도 기능을 효율적으로 활용하기 위해서는 개인투자자들의 공매도 접근가능성을 어떠한 방식으로 설계할 것인가에 대한 고민이 필요하다. 개인투자자의 주식신용거래가 활발하게 이루어지고 있다는 점과 비교할 때 공매도에 대한 접근가능성이 지금보다는 개선될 필요성이 인정된다. 공매도를 위한 주식차입과정에서 발생하는 비용요소를 검토하여 이를 합리적인 수준으로 조정하려는 노력이 필요하다. 개인투자자들이 공매도를 투자전략으로 자유롭게 사용할 수 있다면 공매도에 대한 불만도 크게 줄어 들 수 있을 것이다. 시장발전을 위해 투자자와 금융당국의 합리적인 판단이 필요할 것이다. 

美 찰스슈왑의 독립투자자자문업자 대상 판매지원 플랫폼 사업



박태식 선임연구원
경영전략팀
tspark@shinhan.com

미국은 고객 입장에서 중립적인 자문 서비스를 제공하는 독립투자자자문업자 채널이 활성화되어 있다. 찰스슈왑은 이들 독립투자자자문업자를 대상으로 판매지원 플랫폼을 제공하는 사업을 활발히 추진하고 있는데 저렴한 비용의 거래 서비스와 다양한 맞춤형 지원 서비스를 통해 고객자산 규모를 확대하고 있다. 국내에도 독립투자자자문업자 제도가 새롭게 도입될 예정이므로 국내 금융회사들은 향후 이들과 어떤 관계를 형성할 것인지 고민하고, 찰스슈왑의 사례를 참고하여 금융회사 별 역량과 경쟁력 요인 등을 점검하여 대응할 필요가 있다.

미국 독립투자자자문업자 대상 판매지원 플랫폼 사업을 확대 중인 '찰스슈왑'

미국에서는 독립투자자자문업자(RIA)¹ 시장이 꾸준히 성장하면서 이들을 대상으로 금융투자상품 판매 플랫폼을 제공하는 업체들 간 경쟁이 더욱 치열해지고 있는 가운데 찰스슈왑이 지속적으로 시장점유율을 높이고 있어 업계의 주목을 받고 있다.

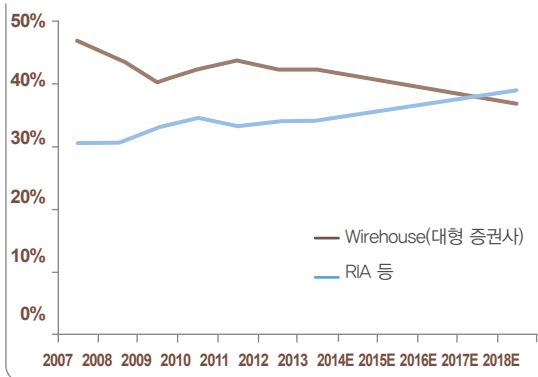
Cerulli에 따르면 독립투자자자문업자의 자산비

중이 2008년 30%에서 최근 대형 증권사(wirehouse) 수준인 37%까지 증가하였고 2019년에는 41%까지 증가하여 대형 증권사 비중을 상회할 것으로 전망하고 있다.

미국 독립투자자자문업자는 팀 단위로 활동하는 중소형 조직이 다수이다. 비용절감을 위해 제3자가 제공하는 판매 플랫폼을 활용하는 경우가 많은데 찰스슈왑은 '04년부터 동 시장에 관심을

¹ 독립투자자자문업자(Registered Investment Advisor): 유가증권 관련 자문·운용을 업(業)으로 하는 개인 또는 법인으로 고객에게 자문보수(fee)를 받고 독립적인 자문 서비스를 제공하는

〈그림 1〉 시장점유율을 높이고 있는 독립투자자문업자 (RIA)



자료: Cerulli Association, Advisor Metrics 2014

갖고 독립투자자문업자가 필요로 하는 서비스를 적극 제공하면서 고객자산 증대를 도모하고 있다.

'10년에 전체 고객자산 기준 업계 3위였던 찰스슈왑은 '11년 모건스탠리, '14년 BOA메릴린치를 넘어서 업계 1위(2.5조 달러, '15년 기준)가 되었다. 그 원동력은 독립투자자문업자가 유치한 고객자산으로 찰스슈왑의 전체 고객자산 가운데 독립투자자문업자가 유치한 고객자산 비중이

46%('15년 기준)에 이른다.

찰스슈왑의 차별적인 서비스와 최근 동향

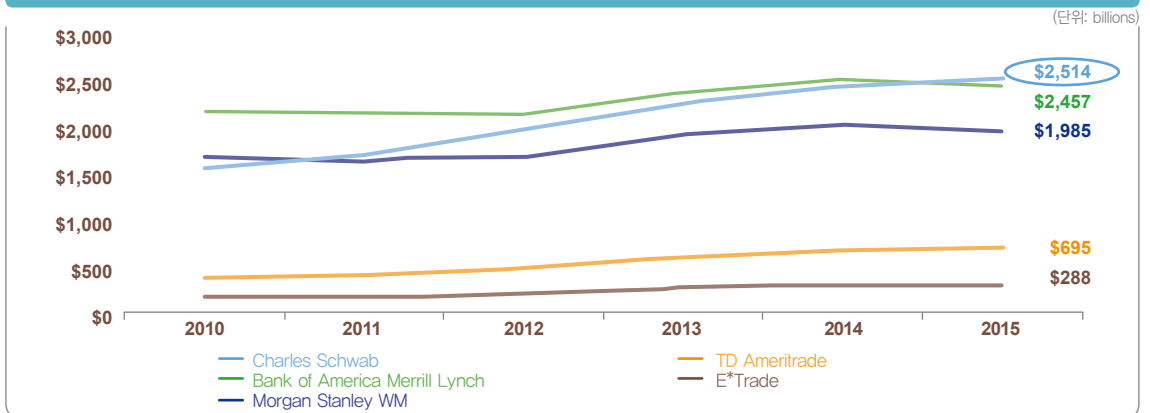
찰스슈왑은 디스카운트 브로커리지 시장에서 축적한 IT 경쟁력을 활용한 저렴한 비용의 거래 서비스 제공은 물론 독립투자자문업자의 니즈에 맞춤형 영업지원 서비스를 제공할 뿐만 아니라, 자체 판매조직과 동등한 수준의 상품/서비스 라인업을 독립투자자문업자에게도 제공하고 있다.

(저렴한 비용의 거래 서비스 제공)

찰스슈왑은 미국 내 디스카운트 브로커리지 시장을 개척하면서 구축한 플랫폼을 통해 매매 주문의 체결, 자금결제, 계좌개설 및 관리, 보고서 작성 및 발송 등의 서비스를 가장 낮은 비용으로 제공하고 있다.

찰스슈왑의 거래비용은 '15년 기준 16bp로 모건스탠리(59bp)나 BOA메릴린치(56bp) 보다 낮고 나아가 디스카운트 브로커리지 경쟁사인 이트레이드(41bp)와 TD아메리트레이드(28bp) 보다

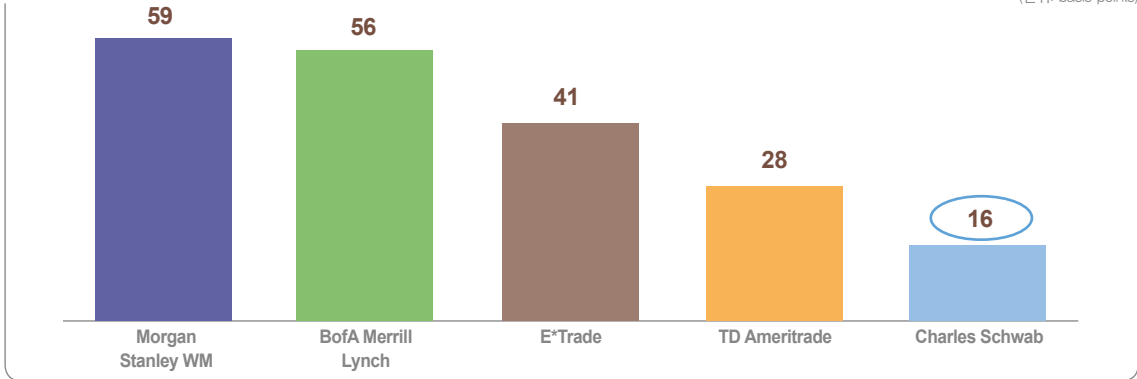
〈그림 2〉 전체 고객자산 (2015년)



자료: 찰스슈왑 IR자료(2015년)

〈그림 3〉 미국 주요 증권사 거래비용 (2015년)

(단위: basis points)



자료 : 찰스슈왑 IR자료(2015년)

도 낮은 수준이다.

(독립투자자문업자의 니즈에 맞춤형된 영업지원 서비스 제공)

찰스슈왑은 독립투자자문업자에게 제공하는 플랫폼(Schwab Advisor WebCenter)을 통해 고객 정보 관리, 온라인 직원연수 등의 기본적인 관리 서비스뿐만 아니라 독립투자자문업자의 영업 활성화를 지원하는 서비스도 제공하고 있다.

특히 플랫폼에 가입한 전체 독립투자자문업자의 고객자산 정보를 활용하여 개별 독립투자자문업자의 자산 성장성, 신규고객 증가율 등 평가항목별로 비교분석이 가능한 서비스를 제공함으로써 독립투자자문업자가 자발적으로 영업 계획을 개선할 수 있는 서비스도 제공하고 있다.

(자체 판매조직과 동등한 상품/서비스 라인업 제공)

찰스슈왑은 '12년의 Schwab Bond Source(채권

플랫폼), '13년의 Schwab ETF OneSource(ETF 플랫폼), '14년의 OpenView Mobile(전용 모바일 앱) 등 신규 서비스를 찰스슈왑의 약 300개 지점 소속 FA와 함께 독립투자자문업자가 동일하게 이용할 수 있도록 지원하고 있다.

또한 찰스슈왑은 독립투자자문업자가 되기를 희망하는 FA를 대상으로 그들의 독립을 지원하는 다양한 자문 서비스를 제공하고 나아가 제휴를 맺은 독립투자자문업자에게는 자사고객을 소개해 주면서 독립투자자문업자와의 협력관계를 강화해 나가고 있다.

(독립투자자문업자를 희망하는 FA대상 독립지원 프로그램 제공)

찰스슈왑은 현재는 대형 증권사/보험사 소속이지만 향후 독립투자자문업자가 되기를 희망하는 FA를 대상으로 독립투자자문업자가 되기 위해 필요한 사업계획, 자금지원, 사무공간 제공 등에 대한 자문 프로그램도 운영하고 있다.

잠재적 독립투자자문업자 후보군을 대상으로

독립하기 전부터 독립 이후까지 필요한 사무처리(사업계획 수립, 컴플라이언스/법률 지원, 정보기술 지원 및 연수, 사무실 확보, 고객자산 이관 가능성 검토 등)에 대해 자문 서비스를 제공하고 있다.

특히 FA가 독립하는 과정에서 필요한 경우 신용도 평가를 거쳐서 독립자금을 대출해 주기도 한다. 고객자산 7,500만 달러 이상의 FA에게는 10만 달러 상당의 신용융자를 제공하거나 찰스슈왑이 제휴하고 있는 부동산회사와 연계하여 사무실을 제공하기도 한다.

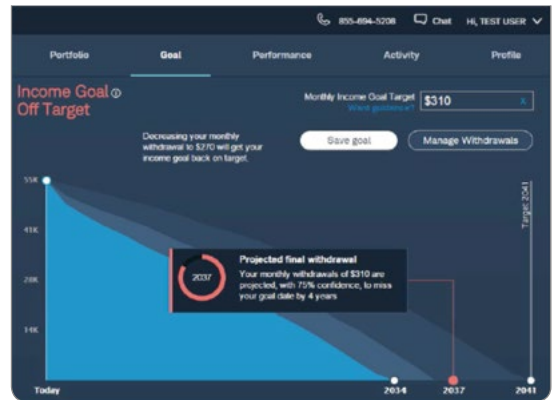
(찰스슈왑의 기존고객을 제휴 독립투자자문업자에게 소개)

찰스슈왑은 기존 고객 가운데 대면서비스를 원하지만 점포를 이용하기 불편한 고객들에게 찰스슈왑과 제휴한 독립투자자문업자를 소개해 대면상담을 주선하는 등 독립투자자문업자와의 협력 서비스를 강화하고 있다.

한편 대형 증권사 가운데 로보어드바이저 서비스를 가장 먼저 출시한 찰스슈왑은 동 서비스를 독립투자자문업자에게도 제공함으로써 독립투자자문업자가 최신 기술발전에 대응할 수 있도록 지원하고 있다.

찰스슈왑은 '15년 3월 대형 증권사 중 최초로 독립투자자문업자를 대상으로 로보어드바이저(Intelligent Portfolios) 서비스를 출시하였는데 고객에게 직접 자문 서비스를 제공하는 독립투자자문업자가 필요시 로보어드바이저를 활용하여 자문 서비스를 제공할 수 있도록 지원하고

〈그림 4〉 Schwab Intelligent Portfolios 화면 (예시)



자료: 찰스슈왑 IR자료(2015년)

있다.

참고로 동 서비스는 고객의 투자성향을 온라인 설문으로 파악하여 상장지수펀드(ETF)를 활용해 자동으로 자산배분 서비스를 제공하는 것으로 출시 후 1년 만에 53억 달러의 자금을 유치하였다.

독립투자자문업자 제도의 국내도입과 시사점

국내에도 독립투자자문업자 제도가 '16년 11월 새롭게 도입되어 시행될 예정이다. 국내 금융투자회사들 또한 새롭게 진입할 독립투자자문업자와의 관계 설정에 대해 고민할 필요가 있다.

한편 찰스슈왑의 사례는 디스카운트 브로커로 시작해 온라인 플랫폼의 강자로 성장한 찰스슈왑만의 고유한 특성이 반영된 사례로 독립투자자문업자와의 관계 형성은 개별 금융투자회사가 보유한 역량 및 경쟁력 등에 따라 다양한 형태로 나타날 수 있음에 유의할 필요가 있다. 

중국의 온라인 금융서비스 개선을 위한 新계좌제도 실시와 시사점



김은경 책임연구원
금융시장팀
eunkkim@shinhan.com

올해 4월 1일부터 중국 금융당국이 온라인 금융서비스를 개선하기 위해, 그동안 온라인 금융서비스 확대에 걸림돌로 작용했던 비대면 계좌 개설 방식을 개선하고, 온라인으로 개설한 계좌의 기능을 확대하는 등의 新계좌제도를 실시했다. 동 제도의 도입으로 모든 은행에 대해 VTM을 활용한 비대면 계좌개설이 가능하고 타 은행과 제휴 없이도 온라인 계좌개설을 할 수 있게 되었다. 이에 상업은행들의 온라인 금융서비스 환경은 보다 우호적일 것으로 생각된다. 다만 VTM 설치비용 및 현장 실명확인 등의 제약사항은 여전히 존재하며, 이미 대면으로 실명인증을 거쳐 개설한 계좌를 이용해 타행의 온라인 계좌를 개설할 수 있게 하기 위해서는, 은행 간 시스템 연계가 선행되어야 하므로 당분간 동 계좌제도의 확대 추이와 활용도를 지켜볼 필요가 있을 것이다.

中 금융당국, 새로운 은행계좌 관리제도 실시

2013년 IT기업을 중심으로 중국의 온라인 금융이 빠르게 성장하기 시작했다. 중국 정부도 이러한 추세에 맞추어 2014년 알리바바와 텐센트에 대해 인터넷전문은행 설립을 인가했다. 중국 최초의 인터넷전문은행이 탄생하였으나, 금융당국이 독자적인 비대면 계좌개설을 허용하지 않아 인터넷전문은행들은 은행 라이선스를 취득했

음에도 불구하고 비대면 채널을 활용한 독자적인 계좌개설이 불가능했다. 계좌개설이 불가능하다 보니, 예금을 수취할 수도 없었고 타은행과의 제휴에 전적으로 의존해야 하는 등 영업확대에 어려움을 겪고 있었다.

그런데 올해 4월 1일부터 중국 금융당국이 그동안 온라인 금융서비스 확대에 걸림돌로 작용

〈표 1〉 중국 소비자금융 시장의 참여자별 구조

계좌유형	계좌개설 조건	예금	투자상품	입·출금	송금	결제
强실명	창구대면	O	O	O	O	O
弱실명	强실명계좌 등록 必	O	O	X	X	X

자료: 〈은행의 개인 위안화 전자계좌 개설 규범〉, 인민은행, 2014. 3. 18

했던 비대면 계좌개설 방식을 개선하고, 온라인으로 개설한 계좌의 기능을 확대하는 〈개인의 은행계좌 서비스 개선 및 계좌관리 강화에 관한 통지〉를 실시하면서 동 조치가 은행의 온라인 금융서비스 확대에 기여할 것인지 관심이 모이고 있다.

기존 제도하의 온라인 금융서비스의 한계

2013년 중국의 제3자 결제회사인 알리페이가 누구나 쉽게 투자할 수 있는 온라인 MMF ‘위어바오(余额宝)’ 서비스를 출시하면서 중국 내 온라인 금융 열풍을 일으켰다. 이처럼 온라인 금융이 빠르게 성장하자 이에 대응하기 위해 일부 상업은행들을 중심으로 온라인 금융서비스인 ‘e-다이렉트’ 서비스가 출시되기 시작했다.

‘e-다이렉트’ 서비스는 타 은행 계좌보유 고객이라 할지라도 ‘e-다이렉트’에 제휴된 은행의 계좌를 등록만 하면 해당 은행의 고금리 투자상품(理財商品), MMF, 예금 등의 금융서비스 이용이 가능한 모바일 전용 금융서비스이다. 동 서비스는 네트워크가 부족한 중소형 지역은행이 고객을 유치하고 새로운 수익원을 도모하기 위해 시도되기 시작했다.

이에 금융당국은 상업은행들의 ‘e-다이렉트’ 서

비스를 지원하기 위해 2014년 3월 〈은행의 개인 위안화 전자계좌(电子账户) 개설 규범〉을 발표하고, 오프라인 지점에서 개설하는 ‘强실명계좌’와는 별도로 온라인으로 개설가능한 ‘弱실명계좌’를 도입했다. 이로써 처음으로 온라인 계좌인 ‘弱실명계좌’가 도입되었다.

그러나 온라인 계좌인 ‘弱실명계좌’를 개설하기 위해서는 반드시 제휴은행의 ‘强실명계좌’가 필요하다. 제휴은행의 ‘强실명계좌’와 시스템을 연계하여 본인인증을 해야 하기 때문이다. 그리고 계좌개설 후에도 제휴은행을 통해서만 송금이나 현금 입·출금을 할 수 있다. 따라서 온라인 금융서비스인 ‘e-다이렉트’를 제공하는 은행들과 인터넷전문은행들은 제휴한 은행에 전적으로 의존할 수밖에 없는 상황이었다.

이러한 점을 이용해서 제휴은행이 상황에 따라 제휴관계를 일방적으로 중단하는 문제가 종종 발생하였다. 일례로 지난해 11월 인터넷전문은행인 텐센트의 위뱅크와 알리바바의 마이뱅크는 제휴사인 초상은행·공상은행·중국은행 등이 영업상의 불이익을 이유로 인터넷전문은행들과의 계좌 연계를 차단하여 큰 혼란이 생긴 바 있다.

〈그림 1〉 건설은행(좌)과 란주은행(우)이 설치한 VTM의 모습



자료: GRGBanking.com, 2015.2.12

또한 ‘弱실명계좌’는 기능면에서도 입·출금과 결제, 송금 등이 제한되고 있다. 이는 비금융회사인 제3자 결제회사의 가상계좌가 현금 입·출금은 불가하지만 온·오프라인 결제나 송금, 투자 등 거의 모든 업무가 가능하다는 점과 비교했을 때 경쟁력이 떨어진다는 한계로 지적되어 왔다.

새롭게 도입된 新계좌제도의 주요 내용

이에 금번 新계좌제도에서는 은행계좌를 기존의 ‘强실명계좌’와 ‘弱실명계좌’보다 개설방식을 확대하고 기능은 추가하여 3가지(I, II, III) 유형

으로 분류하였다. 그 중 I형 계좌는 기존 ‘强실명계좌’처럼 모든 은행 업무를 볼 수 있는데 신한은행의 ‘디지털 키오스크’와 유사한 VTM(Video Teller Machine)¹으로도 계좌를 개설할 수 있도록 처음으로 허용하여 편의성을 도모하였다.

다만, VTM을 활용해 은행계좌를 개설한다 하더라도 최종적으로 여전히 은행직원이 VTM이 설치된 현장에서 계좌개설 신청인과 대면하여 실명 확인을 하도록 한다는 한계는 여전히 존재한다.

〈표 2〉 2016년 신규제의 은행계좌 종류별 개설방법

개설방법	개설 가능한 계좌 종류
창구에서 접수	I, II, III 계좌개설 가능
VTM	I, II, III 계좌개설 가능 (단, I형 계좌는 현장에서 은행원의 추가적인 실명확인이 필요)
인터넷 등 온라인 채널	- II형 은행계좌: 동일명의 I형 은행계좌로 본인확인 - III형 은행계좌: 동일명의 I형 은행계좌에서 송금하여 본인확인

자료: 〈개인의 은행계좌 서비스 개선 및 계좌관리 강화에 관한 통지〉, 인민은행, 2016. 4. 1

¹ 통장개설, 카드발급 등 은행 창구업무가 가능한 영상금융 자동화기기임

〈표 3〉 2016년 新규제의 계좌 유형별 기능

계좌유형	소비결제/ 공과금 납부	예금	투자상품	입·출금	타행 본인계좌 송금	타인계좌 송금
I	O	O	O	O	O	O
II	O ^(*)	O	O		O	X
III	O ^(*)	X	X	X	O	X

(*) 1일 결제한도: II형 계좌 1만 위안 미만, III형 계좌 1천 위안 미만

자료: 〈개인의 은행계좌 서비스 개선 및 계좌관리 강화에 관한 통지〉, 인민은행, 2016. 4. 1

II, III형 계좌는 기존 ‘弱실명계좌’를 세분화한 것으로 인터넷·모바일 및 VTM 등 비대면 채널로 개설할 수 있는데, 과거 제휴은행 계좌로만 본인인증을 할 수 있었던 것과는 달리 앞으로는 계좌개설을 원하는 고객이 아무 은행의 I형 계좌만 보유하고 있으면 본인인증이 가능하도록 허용하였다. 또한 I형 계좌와는 달리 VTM으로 계좌를 개설한다 하더라도 은행직원과 현장에서 대면확인을 할 필요가 없다.

한편 구체적인 계좌개설 방식은 II형 계좌의 경우 I형 계좌번호로 본인인증이 필요하나, III형 계좌는 I형 계좌에서 1천 위안(약 18만 원) 이하의 자금만 이체하면 실명확인을 한 것으로 간주하는 계좌가 개설된다. 또한 II, III형 계좌는 기존 ‘弱실명계좌’에는 없던 타행 본인계좌 송금과 결제를 할 수 있도록 허용하여 잠재적 경쟁관계에 있는 제3자 결제회사 가상계좌에 대응하는 환경을 마련한 것으로 평가되고 있다.

특히 II형 계좌는 기존 ‘弱실명계좌’가 보유하던 기능에 결제와 타행 본인계좌 송금까지 추가되었는데 단, 1일 동 계좌를 활용한 결제금액은 1만 위안(약 180만 원)을 초과할 수 없다. 한편 III형 계좌

는 간편하게 실명확인이 이루어진 만큼 1천 위안 이상을 예치할 수 없도록 규정하고 있으며, 동 자금은 소액결제, 공과금 납부에만 활용할 수 있다.

시사점

新계좌제도의 시행으로 모든 은행에 대해 VTM을 활용한 비대면 계좌개설이 가능해지고 타 은행과 제휴 없이도 온라인 계좌개설을 할 수 있게 되면서 은행들의 온라인 금융비즈니스 환경은 보다 우호적일 전망이다.

특히 독자적인 계좌개설이 불가능했음에도 불구하고 경쟁력 있는 상품과 서비스로 고객을 유치하던 인터넷전문은행은 VTM을 통해 모든 은행 업무를 커버할 수 있게 되었고, 온라인 계좌개설도 용이해져 적극적으로 영업확대에 나설 것으로 보인다.

다만 VTM 설치비용 및 현장 실명확인 등의 제약사항은 여전히 존재하며, 모든 은행의 I형 계좌로 실명확인이 가능하기 위해서는 은행 간 시스템 연계가 선행되어야 하므로 당분간 동 계좌제도의 확대 추이와 활용도를 지켜볼 필요가 있을 것이다. 

차별화 전략으로 변화를 선도하는 베트남 온라인 플랫폼 기업들



이재윤 책임연구원
미래전략연구소
JY.lee@shinhan.com

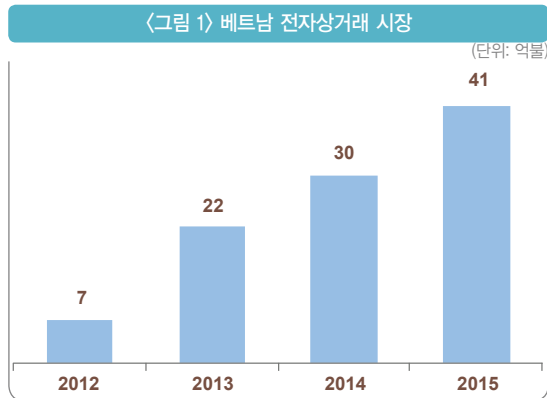
최근 베트남에서 전자상거래뿐만 아니라 소셜네트워크서비스(Social Network Service), 인터넷 검색 엔진 등 다양한 분야에서 인터넷과 모바일을 기반으로 하는 온라인 플랫폼 시장이 빠르게 성장하고 있어 본격적인 성장 단계 진입에 대한 기대감이 높아지고 있다. 또한 온라인 플랫폼의 주요 영역에서 온라인상의 고객 경험과 신뢰도를 제고하고, 베트남의 환경과 문화에 기반한 서비스 전략을 바탕으로 단기간에 선도 기업으로 성장한 현지 기업들이 시장 환경을 빠르게 변화시킴에 따라, 이들 선도 기업들의 성장 배경과 시장 확대 전략에 관심이 모아지고 있다.

본격적인 성장이 기대되는 베트남 온라인 플랫폼 시장

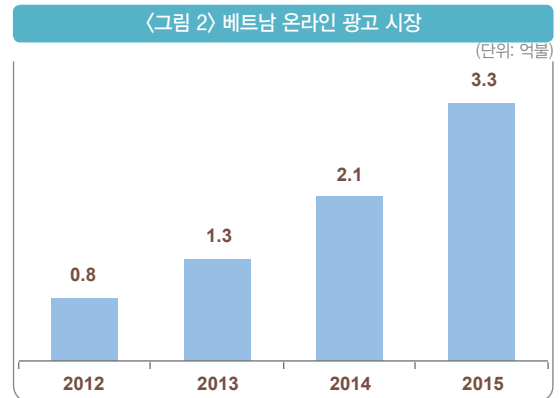
베트남 전자상거래협회(Vietnam E-commerce and Information Technology Agency: VECITA)에 따르면 베트남 전자상거래 시장 규모는 '15년 말 현재 41억 불 수준으로 전년 대비 37% 성장하였다. '12년 이후부터 본다면 3년간 5배 이상 급격

히 성장하는 모습을 보이고 있다.

또한 베트남 소비자들의 인터넷과 모바일 이용 트렌드가 확산됨에 따라 온라인 플랫폼 기업들(소셜네트워크서비스(SNS), 인터넷 검색 서비스, 디지털컨텐츠 등)이 경쟁 중인 온라인 광고 시장 역시 광고 수익 기준으로 '15년 말 3.3억 불의 시장 규모로 성장하였다. 이는 전년 대비 57%, '12



자료: VECITA, TECHINASIA



자료: VECITA, TECHINASIA

년 이후 3년간 4배 이상 성장한 수치로 베트남 온라인 플랫폼 시장 전반이 꾸준한 성장 국면에 들어섰음을 보여주고 있다.

특히 전자상거래, 소셜네트워크서비스, 인터넷 검색 등 온라인 플랫폼 시장의 주요 분야에서 기존과는 차별화된 새로운 방식의 접근을 통해 단기간에 시장을 장악하고 선도 기업으로 성장한 온라인 플랫폼 기업들이 업계의 주목을 받고 있으며, 국내외 투자자들의 관심 역시 높아지고 있다.

2013년에 동시에 서비스를 시작한 전자상거래 기업 Lazada, 로컬 소셜네트워크서비스(SNS) 기업인 VNG의 메신저 서비스 Zalo, 토종 온라인 검색 엔진 CocCoc 등이 그 주인공이다. 이들 기업은 빠른 속도로 고객 기반을 확대하여 출시 3년 만에 기존 경쟁자인 글로벌 온라인 플랫폼 기업 및 로컬 업체들을 추월하고, 1~2위의 메이저 기업으로 성장하여 베트남 온라인 플랫폼 시장의 경쟁환경을 크게 변화시키고 있다.

베트남 온라인 플랫폼 업체들의 시장 확대 전략

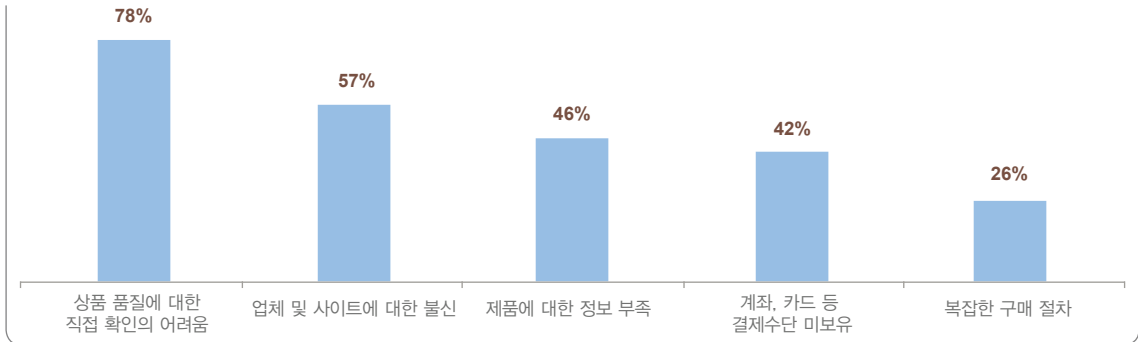
이들 온라인 플랫폼 기업들의 빠른 성장의 배경으로는 ①온라인상의 소비자 특성과 니즈에 기반한 지속적인 서비스 및 프로세스 개선을 통한 고객 경험과 신뢰의 제고, ②플랫폼의 확산에 필수적인 관련 인프라에 대한 집중적인 투자, ③베트남의 환경과 베트남인들의 선호도 및 문화에 철저하게 집중한 서비스 전략 등을 들 수 있다.

(고객 경험과 신뢰의 제고)

베트남 전자상거래 업체들은 베트남 소비자들의 온라인 구매 기피 요인으로 지목되던 제품 품질의 직접적인 확인이 어려웠던 환경과 온라인 결제에 대한 거부감 등을 개선함으로써 고객의 온라인 구매를 적극적으로 유도하고 온라인 이용에 대한 신뢰도를 제고하였다.

VECITA의 설문 조사에 따르면 베트남 소비자들의 온라인 구매 주요 기피 사유는 상품 품질에 대한 직접적인 확인의 어려움(78%), 업체 및 사이트에 대한 불신(57%), 제품에 대한 정

〈그림 3〉 베트남 소비자들의 온라인 구매 기피 사유 (복수 응답 허용)



자료: VECITA

보 부족(46%), 계좌·카드 등 결제 수단 미보유(42%) 등으로 나타나고 있다.

이에 따라 Lazada와 같은 베트남 전자상거래 업체들은 홈페이지와 모바일앱 등 플랫폼상의 상품 조회 및 비교 기능과 관련된 UI/UX를 집중적으로 개선하여 상품 검색 및 정보에 대한 고객 접근성을 높이고, 오프라인 쇼룸(Off-Line Showroom)을 개설하여 고객이 직접 상품을 확인하고 온라인으로 구매할 수 있게 함으로써 품질에 대한 고객의 신뢰를 개선하는 데 집중하였다. 또한 베트남인들의 현금 선호 현상을 감안하고 여전히 미발달되어 있는 전자적 결제 수단의 대안으로 배송시 현금으로 결제하는 서비스(Cash On Delivery: CDO)를 적극적으로 확대하여 제공하고 있다.

(관련 인프라의 개선)

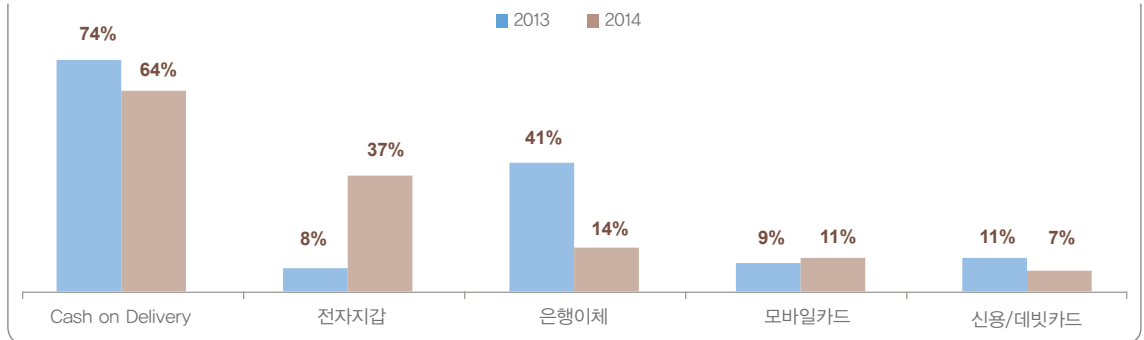
또한 전자상거래 및 관련 업체들은 배송 네트워크, 물류 및 재고 관리, 모바일 결제시스템 등 백업 인프라에 대한 투자를 집중하였다.

VECITA의 조사 결과에 따르면 전자상거래를 이용한 고객들의 사후 불만 1위는 배송 시간(60%)으로 복잡한 구매 절차(15%), 품질(13%) 등과 같은 기타 응답 대비 매우 높은 수준을 보이고 있다.

이에 Lazada는 호치민, 하노이 지역의 대규모 물류 창고와 함께 전국 30개 지역에 중간 물류 거점을 설치하고 'Lazada Express'라는 배송 전문 자회사를 설립하여 전국 배송 및 도시 지역당일 배송(호치민 내 2시간)을 실현하였다. 배송 조회 시스템 및 배송 픽업 서비스를 현지 최초로 도입하는 등 배송 서비스를 획기적으로 개선하였다. 또한 전자지갑과 같은 모바일 결제 서비스 강화에 주력하는 등 모바일 세대에 대한 구매 편의성 제공에 적극적으로 대응하고 있다.

VECITA의 전자상거래 이용 수단 조사 결과를 살펴보면 현금(COD)이 '13년 기준 74%, '14년 기준 64%로 여전히 높지만 점차 감소하는 추세에 있으며 모바일을 기반으로 하는 전자지갑의

〈그림 4〉 전자상거래 이용 수단 (복수 응답 허용)



자료: VECITA

이용이 '13년 8%에서 '14년 37%로 빠르게 증가하고 있음을 알 수 있다.

'13년에 베트남 전자상거래 시장에 진출한 Lazada는 온라인 구매, 결제, 배송, 사후관리로 이어지는 전자상거래 전반의 프로세스에 베트남 소비자들의 니즈를 적극적으로 반영하고 배송, 결제 등의 관련 인프라에 집중적으로 투자함으로써 eBay, Vatgia 등 경쟁 업체들을 밀어내고 3년 만에 1등 전자상거래 업체로 성장할 수 있었다.

(베트남 Oriented 전략)

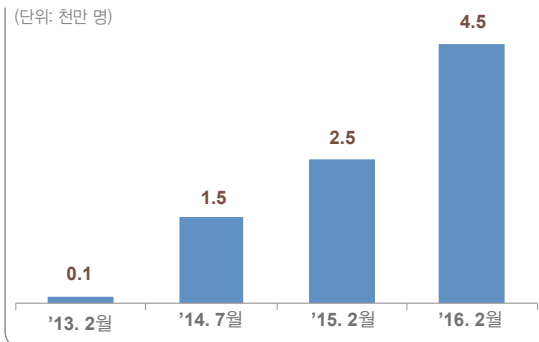
한편 소셜네트워크서비스(SNS), 검색 엔진 등 주요 온라인 플랫폼 영역에서, 베트남 토종 기업들이 현지 환경에 적합하고 베트남인들의 문화와 선호를 고려한 서비스 전략으로 단기간 내 메이저 업체로 성장하여 경쟁 환경을 빠르게 변화시키고 있다.

'13년 출시된 토종 메신저앱 Zalo는 출시 3년 만에 베트남 전체 인구의 50%에 달하는 4천 5백만

명의 고객 기반을 확보하여 기존 바이버, 라인, 왓츠앱 등 외국계 메신저가 장악했던 시장에서 독보적인 1등 지위를 확보하였다. 이는 경쟁 업체 대비 베트남의 3G 통신 환경에 적합한 보다 안정적이고 빠른 메시지 전송 서비스를 제공하고, 베트남 소비자들의 선호와 커뮤니케이션 문화를 고려한 음성 메시지 전송, 드로잉 핸즈 메시지, 무료 이모티콘 및 게임 제공 등 차별화된 서비스를 제공한 결과이다.

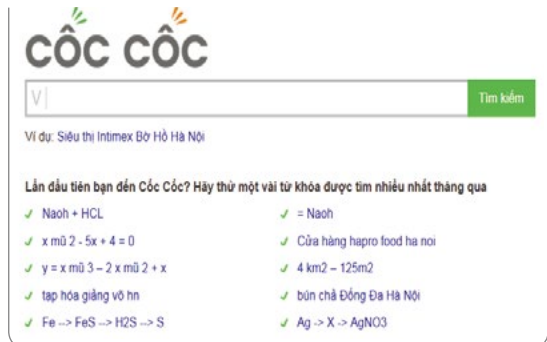
또한 '13년 출시된 토종 검색 엔진 CocCoc은 베트남어에 기반하고 베트남 고유의 로컬 정보를 풍부하게 제공하는 검색 알고리즘을 개발하여 구글에 이어 매월 2천 3백만 명의 고객이 이용하는 2위 검색 엔진으로 발돋움하였다. CocCoc이 출시한 웹브라우저 서비스 역시 검색 엔진의 강점과 편리한 이메일 서비스를 바탕으로 인터넷익스플로러와 파이어폭스 등 글로벌 웹브라우저를 밀어내고 베트남인들이 구글 크롬에 이어 두번째로 많이 이용하는 웹브라우저 서비스로 성장하였다.

〈그림 5〉 Zalo 가입자수 추이



자료: Zalo

〈그림 6〉 CocCoc 검색 메인 페이지



자료: CocCoc

향후 전망 및 시사점

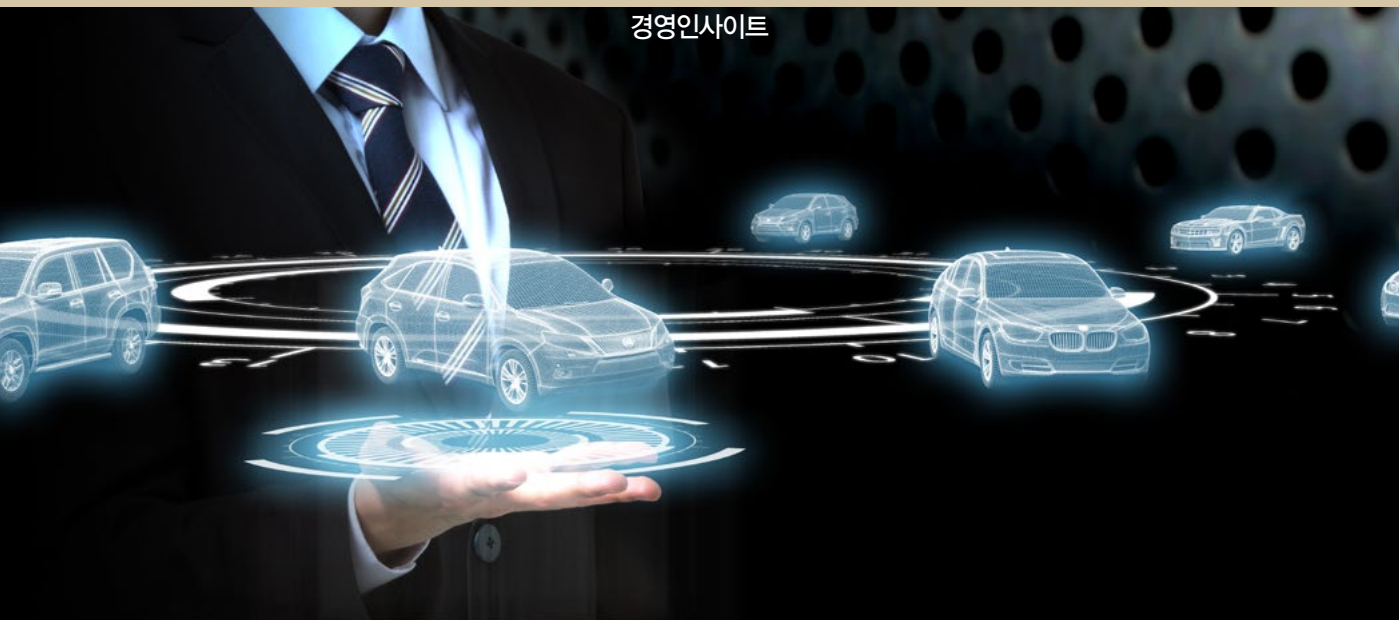
인터넷, 모바일 트렌드가 확산되고 고객의 니즈와 편의성에 주목한 선도 기업들의 시장 확대 전략이 베트남 고객들의 온라인 플랫폼에 대한 인식과 수용성에 변화를 가져왔다. 이에 따라 베트남 온라인 플랫폼 시장은 향후에도 지속적인 성장세를 이어갈 것으로 보인다. VECITA는 베트남 전자상거래 시장이 향후에도 연평균 20~30%의 성장세를 유지하여 2020년에는 100억 불의 시장으로 성장할 것으로 전망하고 있다.

이러한 전망을 바탕으로 동 시장에 대한 국내외 투자 역시 확대되고 있다. '16년 5월 전자상거래 기업 알리바바는 싱가포르 Lazada그룹을 10억 불에 인수할 계획임을 발표하였으며 이에 앞선 '15년 독일 미디어 기업 Hubert Burda는 검색 엔진 CocCoc에 1천 4백만 불을 투자한 바 있다.

또한 고객 기반을 확보한 선도 기업들은 플

랫폼을 기반으로 다양한 분야로의 사업 확장을 적극적으로 모색하고 있다. 글로벌 벤처캐피탈인 IDG캐피탈과 IT기업 텐센트가 투자한 VNG는 메신저 Zalo 외에 ZingPlay(게임), ZingMe(SNS), Zuni(교육), ZingMP3(음원), ZingTV(영상) 등의 소셜미디어 플랫폼과 온라인 지급결제 서비스(123pay)를 운영중이며 '16년 5월에는 전자상거래 업체 Tiki의 지분 인수(38%)에 1천만 불을 투자하였다.

향후 베트남 온라인 플랫폼 시장은 개인 소득 증가와 모바일 등 정보통신 인프라 확대에 따른 소비 문화의 변화, 동 시장에 대한 국내외 투자의 본격화, 거대 고객 기반과 자금력을 확보한 선도 기업들의 적극적인 시장 확대 노력 등이 맞물려 더욱 활발한 변화를 맞이할 것으로 예상된다. 베트남 온라인 플랫폼 시장의 변화와 선도 기업들의 행보에 관심을 가지고 지속적으로 모니터링할 필요가 있을 것이다. 



자율주행차 운행 확산에 따른 보험시장 영향 및 시사점



이석호 선임연구위원
한국금융연구원

자율주행차 운행의 확산은 자동차 운행주체의 변화, 사고율 하락 및 등록대수 감소 등의 요인으로 자동차보험시장과 관련된 외형·이익 규모, 사업구조, 시장 구도 등의 측면에서 다양한 변화 및 영향을 초래할 것으로 예상된다. 보험사들은 이에 대비한 중·장기 전략을 선제적으로 마련하고 새로운 개념의 자동차보험 취급에 따른 언더라이팅 역량 등을 강화할 필요가 있다. 특히 자동차보험시장의 외형 및 이익 규모가 동시에 축소되고, 아울러 신규 자동차보험 사업자의 진입까지 초래될 경우, 보험사 간 고객 확보를 위한 무리한 가격경쟁 및 이에 따른 수익성 악화 가능성에 대해서도 유념할 필요가 있을 것이다.

인공지능과 자율주행차

최근 인간과 인공지능(AI: artificial intelligence) 간 세기의 바둑대결이 세간의 주목을 끌면서 우리나라에서도 AI와 같은 최첨단 IT기술

에 대한 관심이 급속도로 확산되고 있다. 정부 및 기업 차원에서도 전략수립 및 투자계획에 보다 적극적인 모습을 보이고 있다. 특히 우리의 일상생활과 가장 밀접한 부문이라 할 수 있는 자

※ 본고의 내용은 집필자 개인의 견해이며 신한금융그룹 및 신한미래전략연구소의 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.

동차산업에서는 이러한 최첨단 IT기술과 기계공학 등이 집약된 ‘자율주행차(autonomous driving vehicle)’의 개발이 빠르게 진행되고 있다. 자율주행차는 말 그대로 운전자가 아닌 자동차 자체가 스스로 운행을 하게 됨에 따라 기존 자동차보험 비즈니스와 관련하여 적잖은 변화가 발생할 것으로 예상된다. 본 고에서는 향후 자율주행차 확산에 따른 보험시장의 영향을 살펴보고 시사점을 모색해 보고자 한다.

자율주행차 개념 및 동향

자율주행차는 운전자가 차량에 탑승하지만 목표지점을 설정한 이후에는, 인위적인 조작 없이 스스로 주행환경을 인식하여 운행할 수 있는 자동차를 의미한다. 일반적으로 자율주행차의 발전단계는 자동차의 조향(steering wheel) 또는 가속·감속 제어 보조가 가능한 1단계, 조향과 가속·감속 제어의 통합보조가 가능한 2단계, 부분적인 자율주행 및 돌발상황에서의 수동전환이 가능한 3단계, 마지막으로 완전 자율주행이 가능해지는 4단계로 분류되어진다.¹

자율주행차의 확산은 우리의 일상생활 및 사회환경에 걸쳐 다양한 형태의 영향을 미칠 것으로 예상된다. 무엇보다도 자율주행차는 최첨단 안전장치 등이 활용됨에 힘입어 자동차사고가 기존 보다 현저히 감소될 것으로 예상되고, 이에 따라 인적·물적 손실도 크게 줄어들 것으로 기대된다. 미국 도로교통안전청(NHTSA)의 조사

결과에 따르면, 기존 자동차사고의 90% 이상이 전방주시 태만, 졸음운전 등 운전자의 부주의(driver error)에 의해 발생하는 것으로 보고되고 있다.² 특히, 자율주행차는 고령자, 장애인 등의 교통약자들에게 보다 편리하고 안전한 이동수단이 될 것으로 기대된다. 또한 자율주행차가 확산됨에 따라 자동차에 대한 개념이 기존의 ‘상시 소유’하는 것에서 ‘필요시 공유·대여’하는 개념으로 전환하는 사람들의 비중이 보다 늘어날 것으로 예상된다.

자율주행차와 관련하여 현재 개발단계 및 향후 시장전망을 살펴보면, 유럽, 미국, 일본, 한국 등의 주요 자동차 제조회사 및 IT회사들은 자율주행차 3단계 및 4단계를 목표로 기술개발 중에 있으며, 수년 내에 상용화 및 실제 운행이 이루어질 것으로 예상되고 있다. 특히 주요국은 기존 자동차 제조회사뿐만 아니라 Google, Apple 등과 같은 글로벌 IT기업들이 자율주행차와 관련된 기술개발에 역량을 집중하고 있다. 우리나라의 경우에는 자동차 제조회사를 중심으로 자율주행차 개발을 진행 중인 것으로 알려져 있다. 향후 전 세계적으로 자율주행차의 시장점유율(연간 신규 판매대수 기준)은 2025년 4%, 2030년 41%, 2035년경에는 75%에 이를 것으로 예측되고 있으며,³ 2040년경에는 자율주행차가 전체 등록 자동차 대수의 30%를 차지할 것으로 전망되고 있다.⁴

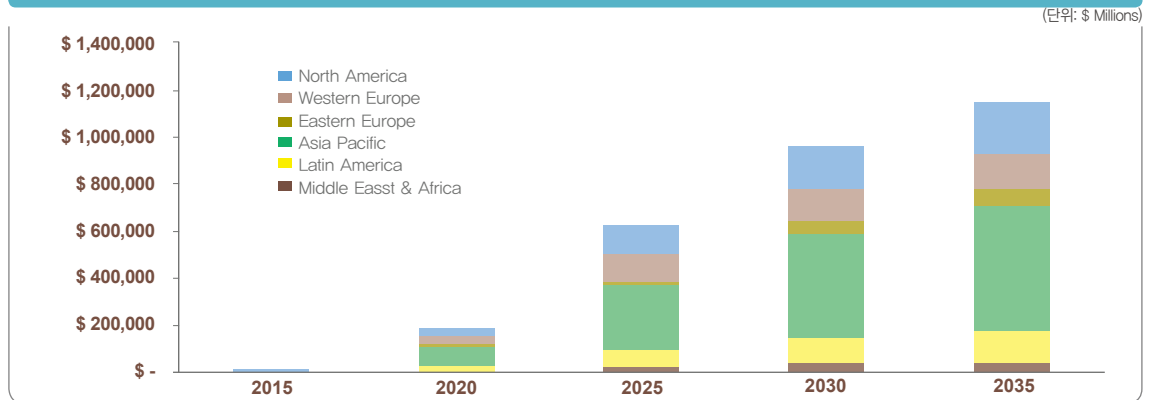
¹ 자율주행차 상용화 지원방안, 제3차 규제개혁장관회의, 2015. 5, 미국 교통부 도로교통안전청(NHTSA) 등 참조

² KPMG, Automobile Insurance in the Era of Autonomous Vehicles, June 2015, NHTSA, National Vehicle Crash Causation Survey, 2008 참조

³ Navigant Research, Research Report: Autonomous Vehicles, 2013

⁴ Victoria Transport Policy Institute, Autonomous Vehicle Implementation Predictions, December 2015

〈그림 1〉 전세계 지역별 자율자동차 신규판매 전망 (2015~2035년)



자료 : Navigant Research, Research Report: Autonomous Vehicles, 2013

자율주행차 확산에 따른 보험시장 영향

자율주행차 운행이 확산될 경우 자동차보험시장 등과 관련하여 외형 및 규모, 사업구조, 수익성, 시장구도 등의 측면에서 다양한 변화 및 파급영향이 예상된다.

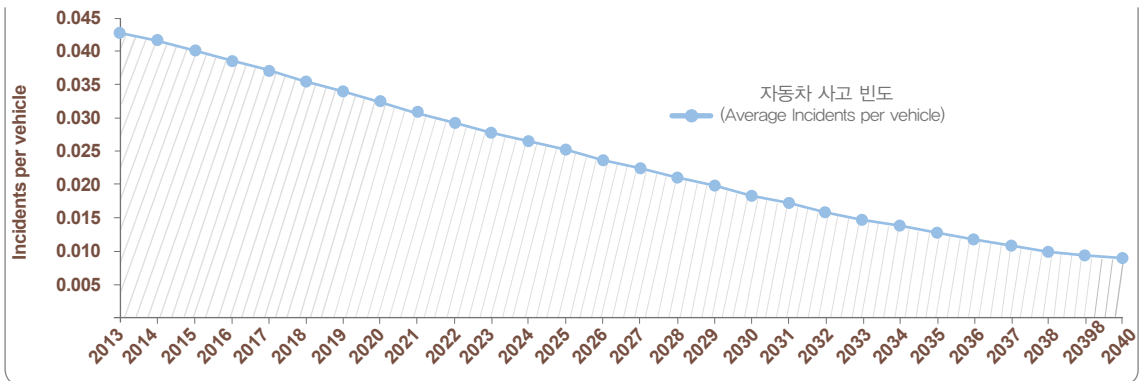
첫째 보험시장의 외형 및 사업구조 등과 관련하여 살펴보면, 자율주행차 확산에 따른 가장 큰 변화 중의 하나로 자동차운행 과실의 주체가 운전자에서 자동차 자체로 변경된다는 것이다. 이에 따라 기존 자동차보험이 담당하였던 자동차사고 시 인적·물적 손실에 대한 보장 역할의 상당 부분이 제조물배상책임보험(products liability insurance)으로 이동할 것으로 전망된다. 다만 자율주행차의 경우 발전단계 및 선택사양 등에 따라 주행 중 수동운전 전환도 가능할 것이므로, 이와 관련된 기존 자동차보험에 대한 수요 및 역할은 여전히 존재할 것으로 여겨진다. 앞서 살펴본 바와 같이 향후 자

율주행차의 확산으로 자동차에 대한 인식을 ‘공유·대여’하는 개념으로 전환하는 사람들이 많아질 것으로 예상되는데, 이로 인해 전체 등록 자동차 대수가 줄어드는 한편, ‘자동차 공유·대여’ 비즈니스가 늘어남에 따라 상용 자동차보험(commercial auto insurance)시장의 비중이 확대되고, 기존 개인 자동차보험(personal auto insurance)시장은 상대적으로 위축될 것으로 예상된다. 자율주행차는 위에서도 언급되었듯이 사고방지장치(accident avoidance technology) 및 안전장치 등 다양한 첨단기술의 활용함으로써 기존 사람이 운전하였던 것보다 교통사고 발생률이 현저히 줄어들 것으로 예상되고(약 80~90% 감소) 있으며, 이에 따라 자동차보험의 보험료율도 인하될 것으로 전망되고 있다.⁵

결국 자율주행차가 확산됨으로 인해 전반적으로 등록 자동차 대수가 줄어들고, 보험료율이 인하되며, 아울러 위험보장 역할의 상당 부분

⁵ KPMG, Automobile Insurance in the Era of Autonomous Vehicles, June 2015, Victoria Transport Policy Institute, Autonomous Vehicle Implementation Predictions, December 2015 등 참조

〈그림 2〉 자율주행차 확산에 따른 자동차 사고 빈도(accident frequency per vehicle) 전망 (2013~2040년)



자료 : KPMG, Automobile Insurance in the Era of Autonomous Vehicles, June 2015

이 제조물배상책임보험으로 이동할 것으로 보인다. 이에 따라 전체 자동차보험시장의 규모는 위축될 것으로 예상된다.

둘째 자율주행차 운행 확산에 따른 자동차보험사의 수익성 측면 영향을 살펴보면, 교통사고 및 자동차 대수 감소 등으로 보험영업부문의 대표적 수익성 지표라 할 수 있는 손해율의 경우 분자 부분인 손실액이 줄어드는 (기존 보다 약 40% 감소 예상) 반면, 분모 부분인 보험료수입 규모 또한 축소됨으로 인해 상쇄효과가 발생하여 손해율 자체에는 큰 영향이 없을 것으로 예상된다. 이는 글로벌 보험사의 주요 임원(senior executives)들을 대상으로 한 설문조사에서도 같은 결과가 나타나고 있다.⁶ 그러나 자율주행차가 활성화될 경우 자동차보험시장 규모가 위축됨으로 인해 전체 이익규모는 축소될 것으로 전망된다.

셋째 자율주행차의 개발·확산으로 ‘no-fault auto insurance(무과실책임 자동차보험)’ 등의 신 개념 보험상품이 도입되고, 타업종 부문에서의 신규 보험사업자가 시장에 진입할 가능성도 있다.

자율주행차의 경우 여전히 수동운전 전환 등의 기능이 탑재·활용될 것으로 예상됨에 따라 교통사고 발생 시 탑승자(운전자), 보험회사, 자동차제조사 간 책임소재를 가리기 쉽지 않을 것이고, 이에 따른 분쟁 발생 가능성이 높다. 이로 인해 소송비용이 증가하고 보험금지급이 지연되는 등의 부작용이 발생할 우려가 있다. 이러한 문제를 완화하기 위해 자동차사고 피해자들이 과실여부에 상관없이 인적손실에 대해 약관에 정해진 보상을 받고, 대신 일반적인 자동차보험(즉, 과실책임제도)에서 인정되는 소송권을 제한받는 보험상품인 ‘no-fault auto insurance’에 대한 수요가 늘어날 가능성이 있다.⁷

⁶ KPMG, Automobile Insurance in the Era of Autonomous Vehicles, June 2015 등 참조

⁷ Insurance Information Institute, Self-Driving Cars and Insurance, February 2015, Rand Corporation, Autonomous Vehicle Technology: A Guide for Policymakers, 2016 등 참조

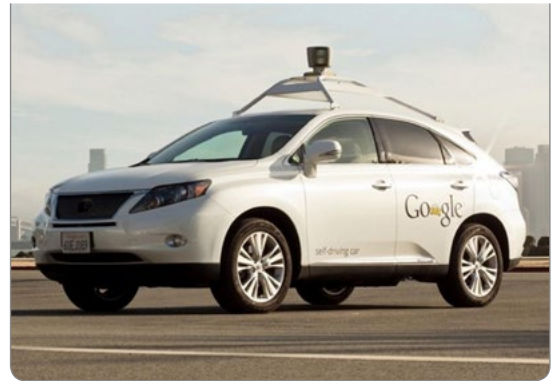
한편, 자율주행차는 기존 자동차제조사뿐만 아니라 데이터 축적·분석·응용 등의 분야에서 이미 전문성 및 역량을 확보하고 있는 IT(예: Google)회사들도 개발을 진행 중이다. 이들 회사의 경우 자율주행차 운행과 관련하여 축적될 다양한 빅데이터 등을 보험사업 부문에 응용·활용하는 것을 기반으로 신규 보험사업자로 진입할 가능성을 배제할 수 없다. 전 세계 주요 보험사의 임원들을 대상으로 한 설문조사 결과에서도 Google 등과 같은 첨단 IT회사 등이 향후 자율주행차 시대 하에서 새로운 보험사업자로 등장할 것이라 응답하고 있다.⁸

시사점 및 과제

앞에서 살펴본 바와 같이 향후 자율주행차 운행이 확산될 경우 자동차보험시장 등과 관련하여 외형·이익 규모, 사업구조, 시장구도 등의 측면에서 다양한 변화 및 파급영향이 예상된다. 보험사들은 이에 대비한 중·장기 전략을 선제적으로 마련하고 새로운 개념의 자동차보험 취급에 따른 언더라이팅(underwriting) 역량 등을 강화할 필요가 있다.

특히, 자율주행차와 관련된 사고가 발생했을 경우 책임소재 등을 가리는 과정에서 궁극적으로 기술적인 부문에서의 원인 규명이 관건이 될 것이므로, 이에 대비한 기술적 인프라 및 데이터 축적·분석 역량 등을 확보할 필요가 있다. 자동차보험시장의 외형 및 이익 규모가 동시에 축소되고, 아울러 신규 자동차보험사업자의 진입까지 초래될 경우, 보험사 간 고객 확보

〈그림 3〉 구글 자율주행차



자료 : 구글

를 위한 무리한 가격경쟁 및 이에 따른 수익성 악화 가능성에 대해서도 유념할 필요가 있을 것이다.

한편 정책·감독 측면에서는, 자율주행차의 경우 다양한 최첨단 IT기술이 접목되고 활용되는 과정에서, 불가피하게 운전자 및 탑승자의 개인정보에 대한 집적 및 활용이 기존 전통적 자동차에서 보다 현저하게 높은 수준으로 이루어질 것으로 예상됨에 따라, 개인정보보호 문제 등과 관련된 효율적인 정책·감독 방안을 사전적으로 고민하고 마련해둘 필요가 있을 것으로 여겨진다. 아울러, 자율주행차 사고 시 책임소재 규명과 관련된 분쟁으로 보험금지급이 비합리적으로 지연·거절되는 문제 및 이에 따른 소비자 피해를 최소화하기 위한 감독방안도 적극적으로 모색될 필요가 있다.🌐

⁸ KPMG, Automobile Insurance in the Era of Autonomous Vehicles, June 2015 참조



수익형부동산 투자의 꽃 상가투자



최성호 차장
PWM센터
부동산 자문팀장
신한은행 미래설계센터

과거 아파트 값이 급등하면서, 아파트를 통해 많은 부를 창출했지만, 금융위기 이후 아파트 시장은 아직 미온적이다. 지금은 수익형부동산에서 높은 성공확률을 찾아볼 수 있다. 미래가치가 있는 부동산을 매입하려면 기존 대형상권보다는 성장하기 전 단계에 있는 지역을 물색해야 한다. 특히 볼거리, 문화, 기분 좋게 걸을 수 있는 길, 역세권 등이 잘 갖추어진 지역을 눈여겨볼 필요가 있다. 아니면 향후에 뜰 수 있는 지역을 물색해 볼 필요가 있다. 단 철저한 사전조사를 통해 리스크를 충분히 파악해야 한다.

아파트 투자

2000년 이후로 아파트 값이 급등하면서, 아파트를 통해 많은 사람들이 부를 창출했다. 이후 글로벌 금융위기가 찾아왔고 아파트가격이 다시 하락했다. 2014년 말부터 회복되기 시작했지

만 경기불황으로 아파트 시장은 아직 미온적이다. 많은 사람들이 아파트를 통해 돈을 벌 수 있는 기회가 남아 있다고 생각하고 있다. 물론 도심권의 재건축·재개발이나 신도시의 시범단지 등에서 기회를 엿볼 수는 있다. 하지만 장시간

※ 본고의 내용은 집필자 개인의 견해이며 신한금융그룹 및 신한미래전략연구소의 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.

소요 전망과 리스크를 부담하면서 아파트에 투자하는 것은 올바른 투자는 아니다.

수익형부동산 투자

그러면 어떤 부동산에 투자를 해야 성공확률을 높일 수 있을까? 수익형부동산에서 답을 찾아볼 수 있다.

수익형부동산이란 자본이득보다는 매월 발생하는 현금흐름을 추구하는 부동산이다. 쉽게 말해 매월 월세가 안정적으로 들어오는 부동산이다. 많은 종류의 부동산이 있지만 오피스텔, 도시형 생활주택, 근린상가 등이 대표적인 수익형 부동산이라 할 수 있다. 보다 정확히 이야기하자면 사용 가치가 높아 임차 수요가 풍부한 부동산이다.

세입자로 들어와 장사하고 싶은 사람이 많은 상가는 수요와 공급의 원칙에 의해서 임대료가 오르게 되고, 임대료가 오르면 해당 수익률에 맞추어 부동산 가격 자체가 상승하게 된다. 건물주 입장에서는 임대료 수익과 향후 매매 차익을 함께 얻을 수 있는 것이다. 하지만 이런 수익

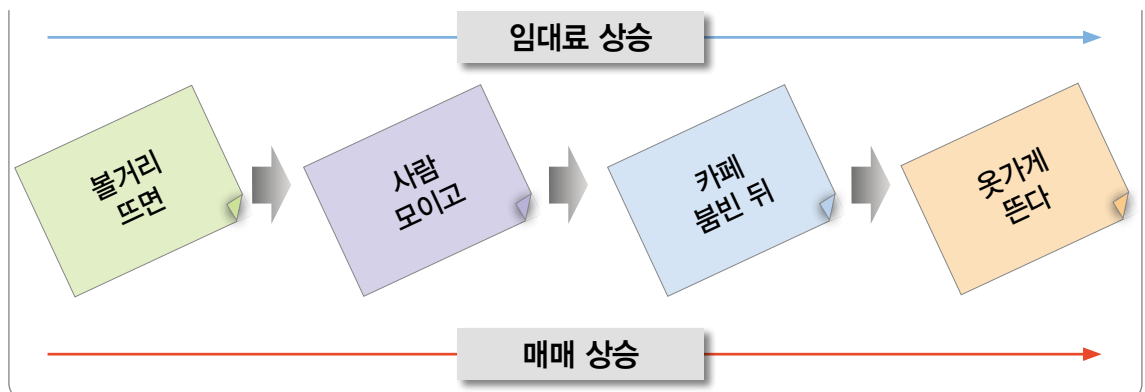
형부동산 또한 어떤 상권에 있느냐에 따라 가치가 달라질 수 있다.

과거 임대료와 매매가격이 함께 오르며 강세를 보인 지역은 신사동 가로수길, 홍대, 이태원, 강남역, 신촌, 명동 등이었다. 우리가 지금은 익히 들어 알고 있는 우리나라의 대표 상권들이다. 이들 지역은 소비력이 높은 유동인구가 많아 장사가 잘되고, 그만큼 임차 수요가 풍부하다는 것이 특징이다. 고객층은 20~40대가 대부분이고 남성보다는 여성의 비율이 높은 편이다. 출퇴근보다는 여가 및 모임 목적으로 방문하는 경우가 대부분이기 때문에 이용객들의 소비력이 높은 편이다.

임대료와 매매가격 상승 과정

상권 초기부터 이들 지역의 임대료 및 매매가격이 높았던 것은 아니었다. 상권이 형성되고 유동인구가 많아지면서 가격이 오른 것이다. 상권 초기에는 외부 인구를 끌어 들일 수 있는 볼거리, 즐길거리를 무기로 성장하기 시작한다.

〈그림 1〉 매매가 상승 과정



〈표 1〉 미래가치가 있는 상권

구분	위치	특징
선유도역	영등포구 양평동	선유도역에서 선유도 공원으로 진행되는 왕복 2차선 도로변, 아직 알려지지 않은 지역 주변에 오피스와 공원으로 상권 확장 가능성
성수역	성동구 성수동	성수역 주변과 서울숲 공원 북측에 연예인들과 투자자들이 매입을 하면서 동시에 상권이 형성되고 있음(패션과 카페거리)
서촌 지하문로	종로구 통의동, 효자동	한옥마을, 통인시장 등 볼거리 풍부, 현재 땅값 및 임대료는 북촌의 절반 수준에 불과한 상태
당인동 남단	마포구 당인동	마포구 당인리 화력발전소 지하화하고 '문화창작발전소' 조성예정. 홍대역에서 '문화창작발전소' 구간은 문화관광거리로 지정 계획

신사동 가로수길의 은행나무와 계절색, 이태원의 외국 음식점·문화, 홍대상권의 공연 등이 그것이다. 이런 볼거리로 유동인구가 늘어나면 커피전문점 등 카페들이 속속 들어선다. 볼거리를 즐기고 앉아서 담소를 나눌 수 있는 소규모 카페가 우선적으로 들어서며, 단계적으로 대형 브랜드 매장의 비중이 높아지게 된다. 카페가 활성화된 뒤에는 중소형 패션, 잡화, 화장품 전문점 등이 형성이 된다.

상권의 마지막 단계에서 대형 패션전문점이 입점하게 되는데, 주로 여성의류 및 SPA(Speciality of Private label Apparel, 패스트패션) 위주로 상권이 변모한다. 우리나라에서 가장 비싼 땅인 명동의 메인 도로를 따라 브랜드 화장품 매장이나 패스트패션 의류 매장이 즐비하게 늘어난 것을 떠올려보면 쉽게 이해가 될 것이다.

미래가치가 있는 부동산을 매입하려면 이미 상권이 활성화된 대형 상권보다는 성장하기 전 단계의 지역을 물색해야 한다. 특히 볼거리와

문화, 기본 좋게 걸을 수 있는 길, 역세권 등의 여건이 갖추어져 있는 지역을 눈여겨볼 필요가 있다. 〈표 1〉은 아직까지 성숙되지는 않았으나 향후 상권으로 발전될 가능성을 갖춘 지역이다.

종로구 삼청동, 마포구 상수동, 강남구 가로수길, 용산구 꿈데길·경리단길은 공통적으로 기존에는 별다른 주목을 받지 못하고 있다가 2010년 이후 급격한 성장세를 나타내었다. 위치는 서로 다르지만 이들 지역에는 나름의 문화와 구경거리가 있다.

상권이 전혀 없는 곳에 투자하여 성공한 사례

이렇듯 상권이 개발되고 발전하는 모습을 관찰하면서 투자를 하는 것이 좋은 상가 투자 방법이다. 하지만 상권이 전혀 없는 곳에 투자하여 성공하는 사례도 빈번히 볼 수 있다. 다음의 〈그림 2〉의 사례를 살펴보자.

사진의 장소는 한남동 이면에 위치한 골목길이다. 사진을 보면 2011년에 굉장히 노후된 주



택이 있었지만 현재는 한남동에서 유명한 레스토랑으로 변신해있다. 이와 유사한 사례들은 점점 늘어나고 있다. 산모퉁이 카페, 카페인신현리 등이 부동산의 입지는 매우 불리하지만 멋진 전망을 제공하거나, 산속에 위치한 점을 이용해 부동산의 가치를 높인 사례로 볼 수 있다. 이렇듯 상권이 전혀 없는 곳에 저렴한 부동산을 매입하여 집객을 할 수 있는 콘텐츠를 활용하면 부동산의 가치가 높아질 수 있다. 단 철저한 사전조사를 통해 리스크를 충분히 파악하여야 한

다.

이미 성숙하여 투자 문턱이 높아진 곳에 미련을 갖기 보다는, 지도를 펴놓고 현재는 사람들이 잘 모르는 지역이나 위의 신규 상권처럼 특유의 볼거리로 향후에 뜰 수 있을 지역이 어딘지 조사해보자. 최종적인 투자를 실행에 옮기지는 못하더라도 따뜻한 봄날 가족들과의 상권 여행은 큰 즐거움이 될 수 있을 것이라고 확신한다. 🌍



신뢰로 쌓아 올린 중고차 외길 – 서서울자동차매매사업조합

호객 행위 없는 중고차 매매 단지를 상상할 수 있을까? 소비자고발센터에 고객 불만이 접수되지 않는 매매 단지는 또 어떤가. 중고차 소비자에게는 꿈의 장소로 불릴 만한 서서울모터리움은 믿을 수 있는 중고차 거래 문화를 만들겠다는 일념으로 뭉친 서서울자동차매매사업조합과 김원태 이사장의 노력의 산물이다.

글 이은아 사진 홍상돈



크고 작은 중고차 매매 단지가 밀집한 서울특별시 강서구 가양동. 이 일대에서 눈에 띄는 건물을 하나 꼽으라면 단연 서서울모터리움이다. 7천여㎡의 널찍한 부지에 조성된 파란색 12층 유리 건물은 외관부터 다른 중고차 매매 단지를 압도한다. 각종 차량이 도열한 내부 전시장은 갓 신축한 듯 쾌적하다.

그러나 무엇보다 놀라운 점은 눈살 찌푸려지는 호객 행위가 없다는 점이다. 중고차 매매 단지를 방문한 소비자라면 ‘차를 보러 왔느냐’는 판매원의 질문을 몇 차례씩 듣기 마련이지만, 지하 5층부터 지상 12층까지 서서울모터리움의 전 층을 오르내리는 동안 과다한 영업 활동은 한 건도 발견되지 않는다.

민을 수 있는 중고차 매매 단지

“가정 주부가 자녀를 데리고 차를 보러 올 수 있고, 여자 혼자서도 아이쇼핑하러 들 수 있는 백화점식 중고차 매매 단지를 만들고 싶었습니다. 백화점에서 옷을 사듯 중고차를 고를 수 있는 공간을 조성하고 싶었죠. 여성분들 중에는 무서워서 중고차를 볼 엄두를 못 내는 분들이 꽤 있습니다.

가는 길목마다 딜러들이 붙잡고, 차가 마음에 안 들어서 그냥 나오면 뒤통수가 따가운 억압적인 분위기가 있기 때문이죠. 게다가 요즘은 온라인상에 허위 매물이 횡행해서 일반 소비자들도 중고차 사기를 꺼립니다. 5천만 원 가는 차

를 1천5백만 원이라고 올리니 그럴 수밖에요. 중고차 시장의 잘못된 관행을 없애고 불신의 벽을 깨뜨리는 게 저의 오랜 소원입니다.”

서서울모터리움을 운영하는 서서울자동차매사업조합의 김원태 이사장이 안타까운 듯 말을 잇는다. 김원태 이사장은 자동차보다 돌멩이가 많던 1979년 자동차 매매업에 입문해 40년 가까이 중고차 거래시장에서 일했다.

그에게는 한평생 삶의 터전이자 가족을 부양한 원동력이었기에 중고차 매매업에 대한 애착이 대단하다. 그러나 이 업에 종사하는 내내 김 이사장을 따라다닌 문제가 하나 있다. 소비자들 사이에 팽배한 불신이다. 그 골이 너무 깊어서 지금껏 풀지 못한 숙제로 남았다.



[백화점같은 중고차 매매단지에 대해 설명하는 김원태 이사장]

“이렇게 저렇게 따져보니 이쪽 업계에서 한 130여 개 업체는 잘 하고 있습니다. 순

박한 사람들이 정직하게 운영하죠. 물을 흐리는 건 100명 중 5명입니다. 5퍼센트 정도가 안이한 생각으로 소비자를 대하고 신뢰를 무너뜨립니다. 지금까지 서서울모터리움을 짓는 데 시간과 에너지를 많이 소비했지만 이제부터는 믿음을 회복하는 관리 시스템을 본격적으로 정비하려고 합니다. 판매원 교육을 정기화하고 중고차 인증시스템을 체계화 및 확대해서 불신을 해소하는 데 일조할 겁니다.”

전문화로 만족도를 높인다

고객에게 신뢰 받는 중고차 거래 문화를 확립하겠다는 김원태 이사장의 의지는 1999년 ‘서서울자동차매매시장’이라는 이름으로 첫 결실을 맺었다. 김원태 이사장과 뜻을 같이한 30여 개 중고차 매매업체가 모여 영업을 시작한 것이 시발점이었다. 그러다 인근 부지를 더 사들여 현대식 중고차 복합유통단지인 서서울모터리움을 준공하기에 이르렀다. 신뢰 받는 중고차 거래라는 설립 취지에 동의한 조합원은 17년 전보다 3배 이상 늘었다.

“서서울모터리움의 최대 강점은 강매 없이 백화점식으로 운영한다는 겁니다. 고객 스스로 진열된 제품을 둘러

보고 도움이 필요한 경우 판매원에게 연락하면 됩니다. 자유로운 쇼핑 환경과 더불어 인증 시스템도 구축하고 있습니다. 중고차 거래에서 가장 중요한 부분이 차의 성능이니까요. 서서울모터리움 1층에는 BMW와 아우디 전시장이 있습니다. 이들 브랜드는 자체 인증을 거친 중고차만 전시합니다. 서서울모터리움은 현대나 기아 차도 이와 비슷한 인증 과정을 거친 우수한 중고차를 선별합니다. 7개 영역의 총 133개 항목을 정밀 검사한 차량 정보를 소비자가 직접 훑어 보고 결정할 수 있는 상사를 운영하고 있습

니다. 이러한 품질 인증을 체계적으로 제도화해서 앞으로는 전체 입점 상사로 확대할 계획입니다.”

김원태 이사장은 전문화된 중고차 거래를 활성화하는 방안으로 판매원 교육을 강조한다. 요즘 많은 고객이 특정 관심 차량에는 판매원을 능가하는 지식을 갖고 오기 때문에 차량 정보나 기술적인 요소, 마케팅적인 부분에 대한 직원 교육이 필수다. 소비자의 눈높이에 맞춘 교육 과정을 도입해서 중고차 거래의 정확성, 투명성, 전문성을 높이려 한다.

이렇듯 다방면에 걸친 김원태 이사장의 노력은 ‘소비자고발센터 불만 접수 건제로’라는 경이적인 기록으로 나타나고 있다. 호객, 강매, 허위매

물 같은 업계의 폐단을 근절하기 위해 서서울모터리움은 자체 단속반을 운영한다. 고객 불만이 접수되면 현장 출동반이 즉시 투입돼 가해 및 피해 사항을 조사한다. 부당 거래는 환불 조치되고 해당 업체는 징계를 받는다. 소비자들이 불만을 가질 만한 작은 애초에 제거되는 셈이다.

신한은행과 상생의 길을 열다

서서울자동차매매사업조합과 신한은행의 인연은 서서울모터리움 건축을 계기로 맺어



[서서울모터리움의 정밀검사 및 품질인증 안내도]



[오토플러스 김대석 전무이사]

졌다. 신한은행을 포함한 12개 금융사가 참여한 대주단이 700억 대의 여신을 제공하면서부터였다. 워낙 금액이 크고 차입 구조가 복잡한 터라 하마터면 채무불이행이라는 아찔한 상황을 맞을 뻔했지만 인천 송현동금융센터 엄정필 차장의 개입으로 다행히 사태는 해결 국면에 들어섰다.

“신한은행이 정말 큰 일을 했습니다. 서서울모터리움에 종사하는 직원만 1천5백 명이 넘습니다. 많은 이들에게 이곳은 삶의 터전입니다. 몇 달 전에 저희 쪽 대출 리스크가 커지면서 다른 은행들은 모두 주춤하거나 사태를 관망했는데 신한은행은 달랐습니다. 무슨 일이든 선두주자가 의욕적이면 뒷사람들이 따라가잖아요. 엄정필 차장이 그런 선두 역할을 했습니다. 대주단과 조합원을 만나서 일일이 설득하고, 매각의 구체적인 방법과 절차를 제시해서 일을 순조롭게 풀었습니다.”

서서울자동차매매사업의 조합원이자 매각책

임사로 실질적인 업무를 맡은 오토플러스 김대석 전무이사도 엄정필 차장의 공을 높이 평가한다. 서서울모터리움의 비즈니스 모델을 정확하게 이해하고 대주단의 다양한 이해 관계를 조정해서 리파이낸싱 및 계약 연장을 무사히 이끌었다는 것.

비 온 뒤에 땅이 굳는다. 이번 일을 통해 서서울자동차매매사업의 재무 구조는 한결 탄탄해졌다. 업계 폐단을 없애고 불신의 벽을 허물려는 김원태 대표의 노력 또한 점진적인 성과를 내고 있다. 견실과 믿음이라는 양 축을 든든히 세워가는 서서울자동차매매사업조합의 앞에는 이제 전진만이 남은 듯하다.



[신한은행 송현동금융센터 엄정필 차장과 함께]



볼드, 새로운 풍요의 시대가 온다



지은이: 피터 디아만디스

실리콘밸리가 주목하는 혁신기업가로 15개가 넘는 하이테크 기업을 설립했다. 매사추세츠 공과대학(MIT)에서 분자유전학과 항공우주공학 학위를, 하버드 대학에서 의학박사 학위를 받았다. 현재 세계 최대 규모의 벤처 재단인 엑스프라이즈의 회장 겸 CEO로 있으며 구글과 3D 시스템스, 미 항공우주국(NASA)이 후원하는 실리콘밸리 소재 창업교육기관인 싱귤래리티 대학의 학장으로 있다.

‘인류의 미래를 만드는 일에 매진하는 그는 《포춘》이 발표한 ‘전세계 가장 위대한 리더 50인’ 중 한 명으로 선정되기도 했다. 저서로는 『어벤던스』가 있다.

.....

‘도전적인 생각과 행동으로 누구도 하지 못할 일을 해내려는 대담한 사람’을 총칭하는 『볼드』는 새로운 시대, 새로운 게임의 판을 짜는 방법을 제시한다. 이 책은 기하급수 기업의 등장과 함께 자원과 기술의 풍요가 이끌 어낼 기회에 대해 설명하며 어떻게 하면 우리가 그것들을 세상에 없던 성공으로 연결시킬 수 있을 것인지에 대해 이야기한다. 우리에게는 말도 안 되는 일처럼 보이지만 기술의 어마어마한 파급력을 누구보다 잘 알고 있고 미래를 보는 눈이 있는 사람에게 그것은 전 세계적으로 부를 창출할 수 있는 ‘블루오션’이기 때문이다.



...
김관태 연구위원
미래연구팀
kimkt@shinhan.com

대담한 꿈을 꾸는 자만이 세상을 바꿀 수 있다

이 책의 저자인 피터 디아만디스는 실제하는 ‘볼드’의 대표적 예다. 그가 벌이고 있는 일들을 보면 혁신을 넘어 때론 황당하기까지 하다. 그는 지구 밖 소행성에서 희귀 광물을 채굴해 지구의 자원으로 활용하고자 하는 목적으로 우주광산채굴 기업인 ‘플래니터리 리소시스’를 세웠다. 뿐만 아니라 DNA를 분석해 맞춤형 치료법을 제공함으로써 인간의 수명연장에 기여하는 ‘휴먼롱제버티’를 설립하기도 했다.

그가 무려 20년 전에 설립한 ‘엑스프라이즈재단’은 인류에게 당면한 과제를 해결하는 사람에게 상금을 지급하는 경연대회 형식을 띤 후원 단체로 전 세계

인재들을 모으는 일종의 플랫폼 역할을 하고 있다. 현재 이 재단은 ‘혁신의 아이콘’이라고 불리며 구글, 테슬라, 쉘컴 등 글로벌 기업들로부터 수조 원의 기금을 지원받고 있다. 엑스프라이즈를 통해 NASA도 해내지 못했던 세계 최초의 상업용 민간 우주선이 개발됐다. 2010년 멕시코만에서 사상 최악의 기름 유출 사고가 발생했을 때는 기존의 기름 제거 기술을 400%나 개선 시키기도 했다.

저자는 왜 이런 말도 안 되고 현실화하기 힘든 목표만을 골라 일을 벌이는 것일까? 우리에게 말도 안 되는 일이지만 기술의 어마어마한 파급력을 누구보다 잘 알고 있기 때문이다. 미래를 보는 눈이 있는 사람에게 이런 일들은 전 세계적으로 부를 창출할 수 있는 ‘블루오션’인 셈이다. 불과 몇 년 전까지만 해도 인공지능이나 무인자동차, 드론은 SF 영화에나 등장하는 소재였다. 하지만 이제 무인자동차는 구글의 주력 사업이며 드론은 아마존이 상용화의 기회만을 엿보고 있는 사업이 됐다. 미래를 내다볼 줄 아는 대담한 생각과 용기 있는 대담한 실행이 오늘날 필요한 이유다.

대담한 기술이 온다
디아만디스는 ‘기하급수 기업(Exponential Organization)’이라는 개념을 통해서 이전에 없던 새로운 기업의 형태를 소개한다. ‘기하급수 기업’은 그 직원수나 회사의 크기에 비해서 사회 전체적으로 어마어마하게 큰 영향력을 미치는 회사이다. ‘기하급수’라는 말에는 그 기업의 성장 곡선이 2배, 4배, 8배, 16배

와 같이 제곱의 공식에 따른다는 의미가 있다. 반면에 그와 비교되는 개념인 ‘산술급수 기업(Arithmetic Organization)’은 크고 느린 전통적인 기업을 일컫는다.

‘기하급수 기업’의 예를 들어보자. 2010년에 설립된 인스타그램은 18개월 만에 페이스북에 10억 달러에 인수된다. 당시 인스타그램의 직원수는 13명이었다. 그런가 하면, 민박 소개 사이트라고도 할 수 있는 에어비앤비는 2014년 기준으로 60만 개의 빈 방을 중개하는데, 말하자면 건물 하나 올리지 않고 세계 최대의 숙박업체가 된 것이다. 실제로 기업 가치로 따졌을 때도 에어비앤비는 하얏트 호텔을 능가한다. 인스타그램과 에어비앤비가 ‘기하급수 기업’의 좋은 예이다.

반면, 인스타그램이 페이스북에 팔리기 직전 100년 역사의 코닥이 파산했는데, 코닥은 디지털 사진 기술을 세계 최초로 개발했음에도 시대의 흐름에 적응하지 못하여 역사의 뒤편길로 사라졌다. 거대한 시설과 수많은 직원을 거느린 하얏트 호텔이나 코닥과 같은 전통적인 형태의 기업들을 ‘산술급수 기업’이라고 할 수 있다.

100년 동안 시장을 지배했으며 디지털 카메라를 최초로 개발했음에도 기하급수의 힘을 과소평가해 파산을 맞은 코닥의 예를 통해 기술의 진보가 어떤 형태로 우리에게 나타나는지 짚어보고, 3D 프린팅의 앞날을 예측한 선구적인 기업가들을 소개하며 대담한 비즈니스 기회를 발견하는 방법을 알려준다. 또한 다섯 가지 유망

기술(네트워크와 센서, 무한 컴퓨팅, 인공지능, 로봇 공학, 유전체학 및 합성생물학)을 소개하며 이들 기술이 지금 어디쯤 와 있고, 몇 년 후에는 어디쯤 가 있을 것이며, 숨겨진 사업 기회는 어디에 있는지 생각해본다. ‘기하급수 기업가’로 성공하고 싶다면 이런 기술의 잠재력을 제대로 이해해야 할 것이다.

대담하게 생각하라

디아만디스는 ‘대담한’ 생각을 통해서 ‘기하급수 기업’을 만들 수 있다고 말한다. 이전에 그 누구도 감히 생각하지 못한 ‘대담한’ 시도에 도처에 널린 ‘자원과 기술’이 합쳐지는 과정을 통해서다. 말하자면, 새로운 규칙을 통해서 기존 경쟁자가 없는 새로운 시장을 만들어 내는 것이 ‘기하급수 기업’이다. 이를 위해서는 문샷 사고(moonshot thinking; 달에 우주선을 보내는 정도의 혁신적이고 원대한 생각)를 해야 한다.

여기서 생각해 볼 것은 그 ‘대담함’이 실현될 수 있는 환경이다. ‘기하급수 기업’이 가능하게 된 것은 그 이전까지 귀하고 비쌌던 기술이 흔해지고 저렴해졌기 때문이다. 누구나 인터넷을 사용하고 스마트폰을 들고 다니면서 인스타그램이나 에어비앤비와 같은 아이디어가 실현될 토대가 마련되었다. ‘생산 자원’에 대한 접근성이 역사상 그 어느 때보다도 쉬워진 오늘날이야말로 ‘기하급수 기업’을 만들기에 가장 좋은 시절이다.

크고 대담하게 생각하는 것이 어떤 점에서 유리한지, 모두가 말도 안 되는 일이라고 했지만

아이디어에서 멈추지 않고 그것을 성공적으로 사업화해 시장의 지배자가 된 4명의 인물들(테슬라 모터스의 일론 머스크, 버진 뮤직의 리처드 브랜슨, 아마존의 제프 베조스, 구글의 래리 페이지)의 성공 과정과 그 특징들을 살펴본다.

민첩하고 탄력적으로 빨리 움직이라는 것이 요점이다. 디지털화(Digitalization), 파괴(Disruption), 착시현상(Deception), 무료화(Demonetization), 비물질화(Dematerialization), 민주화(Democratization) 등 6가지 D를 통해 어떻게 기업이 거대한 글로벌 규모의 문제를 해결해야 돈을 버는지를 알려준다. 기회는 커지고 이러한 기술진보의 연쇄 반응이 일어나고, 기술의 대변동으로 이어지는 경로를 설명해준다. 즉 용기 있는 선택만이 성공을 가져다준다고 말한다.

어떻게 대담하게 실현시킬 것인가

오늘날 정보와 기술이 흔해지면서 누구나 생산자로서 나설 수 있는 환경이 갖추어졌다. 풍요로운 ‘생산 도구’들 덕분이다. 더 ‘대담하고’ 파격적인 생각을 구현하기에 역사상 그 어느 때보다 좋은 시절이다. 그리고 그 ‘대담한’ 생각을 구현하기 위해서 ‘클라우드 펀딩’, ‘클라우드 소싱’, ‘경연대회’ 같은 다양한 수단도 활용할 수 있다. 클라우드 펀딩은 자본을, 클라우드 소싱은 인력을, 그리고 경연대회는 아이디어를 끌어오는 방법에 대한 것이다.

또한, 생각의 대담함 못지 않게, 그것을 사용하게 될 사람의 입장에서 ‘사용자 인터페이스’에 대해서 고민해야 한다. 아무리 혁신적이고 새로

운 아이디어일지라도 그것을 활용하는 것은 대다수의 평범한 사람들이기 때문이다. 대담함 못지 않게 중요한 것이 사용자에 대한 배려이다. 요컨대 앞으로 다가올 세상에서 혁신적 기업이나 조직을 만들고자 한다면, ‘대담함’과 사용자 인터페이스를 통한 ‘사용자에 대한 배려’가 반드시 필요하다.

다이만디스는 대담한 꿈을 현실로 만드는 데 필요한 스타트업의 구체적인 방법론을 설명한다. 20세기에 사업을 시작하려면 일정한 자본과 노동력과 건물이 있어야 했고 일종의 ‘권력’을 가져야 했다. 하지만 이제는 그 모든 것이 옛날 이야기가 됐음을 우리 모두 알고 있다. 자본은 펀딩을 통해 모으고, 노동력은 아웃소싱으로 해결하며, 인터넷으로 연결된 세상을 통해 지역에 구애받지 않고 전 세계인을 대상으로 비즈니스를 할 수 있게 되었다. 저자는 자신이 세운 엑스프라이즈재단의 예를 통해 사업 자금을 모으는 방법(크라우드펀딩), 커뮤니티를 형성하는 방법, 창의적으로 문제를 해결하는 방법(크라우드소싱) 등에 대한 아주 세세한 정보를 제공하며 대담한 꿈을 꾸고 있는 사람들에게 실행에 나설 것을 촉구한다.

기술발전과 함께 인류 모두의 힘으로 공동협업하면 적어서 비쌌던 모든 것들이 많아지고 싸지면서 풍요의 시대가 온다. 의식주, 교통, 교육, 에너지 등이 2030년이 되면 거의 무료화가 되는 “풍요의 시대(Abundance)”가 오며, 컴퓨터, 의학발전, 3D프린터, AI로봇, 신소재들이 급속히 발전하여 지구촌 과제들을 해결해준다. 실리

콘벨리에 있는 한 회사에서는 기계에 에너지를 넣고 탄소와 메탄과 몇 가지 재료를 넣으면 다이아몬드가 생산된다. 그래서 다이아몬드 반지는 10불, 100불에 팔리게 된다. 종래 다이아몬드는 희귀하고 많이 없어서 비쌌지만 손쉽게 생산하면 값이 싸지는데 이것이 바로 풍요의 시대가 오는 이유이다. 🌐





중국 채권시장의 이해 및 시장개방에 따른 투자기회 모색

중국 인민은행은 2015년 7월 해외 중앙은행 및 국부펀드 등에 대해 중국 내 은행간 채권시장 투자한도를 폐지한 데 이어 올해 2월에는 은행간 채권시장에 참여하는 외국인들의 투자한도를 폐지하는 등 채권시장의 개방을 지속 확대하고 있다. 참고로 은행간 채권시장은 역대 모든 채권 거래량의 96% 이상이 거래되는 가장 큰 시장으로 그 개방의 의의가 크다. 또한 2016년 10월 위안화의 SDR 정식 편입을 앞두고 유럽, 일본을 비롯한 주요 선진국 채권 대비 높은 금리로 인해 한국을 포함한 많은 해외 투자자들이 중국 채권투자에 많은 관심을 보이고 있다. 이에 중국 채권의 분류방식과 그 특징, 채권시장 개방현황 등을 통해 중국 채권시장에 대한 전반적 이해를 넓히고 최근 채권시장 개방이 갖는 의미 및 투자기회를 살피고자 한다.



...
김태희 조사역
신한은행(중국)유한공사

중국 채권시장 개요

2016년 6월 말 현재 중국 채권 발행잔액은 55조 9천 7백억 위안(약 8조 4천억 달러)이다. 금융채, 국채 및 지방정부채 3종이 가장 많으며, 각각 27%, 20%, 14%를 차지하고 있다. 2015년 말 기준 중국 채권발행 잔액은 미국과 일본에 이어 3번째로 큰 규모이나 GDP대비 60% 수준으로 한국(129%), 일본(215%) 등에 비해서는 매우 낮은 편이다. 또한 은행간 시장과 거래소 시장으로 구분하는데 은행간 시장 거래 규모가 압도적으로 많다.

2015년 12월 기준 외국인 투자자의 중국 채권 보유 비중은 2% 미만으로 매우 낮은 수준이나 지속적인 채권시장 개방정책 및 위안화의 국제화 진전 등으로 그 비중이 확대될 전망이다. 도이치(Deutsche)은행은 향후 5년간 외국인 투자자의 중국 국채 보유비중이 약 8~10%까지 확대될 것으로 전망하고 있다.

중국 채권의 분류

1. 발행주체에 따른 분류

중국 채권은 발행주체에 따라 정부기관, 중앙은행, 금융기관 및 비금융기관 등 4가지로 분류된다. 금융기관 및 정부기관이 발행하는 채권이 각각 35%, 34%로 가장 많으며 중앙은행이 발행하는 어음은 1%에 그치고 있다. 이는 한국은행이 발행하는 통안증권이 국내 채권시장에서 높은 비중(11.2%)을 차지하는 것과는 대조적인 모습이다.

발행주체에 따라 채권을 분류하면 다음과 같다.

- (1) 정부기관 발행: 국채, 지방정부채
- (2) 중앙은행 발행: 중앙은행어음(央票)

〈표 1〉 중국 이율채 채권코드 의미

채권 종류 코드			거래시장 코드	
00: 국채	01: 중앙은행어음	02: 국가개발은행	IB: 은행간시장	SH:상해거래소
03: 수출입은행	04: 농업발전은행		SZ: 심천거래소	

자료: 국권증권연구소

(3) 금융기관 발행: 금융채¹, 동업예금증서(NCD), 회금공사발행채

(4) 비금융기관 발행: 기업채(企业债)², 회사채(公司债)³, PPN(사모채), MTN(중기어음), CP(기업어음) 등

2. 리스크 유무에 따른 분류

중국 내에서는 중국채권을 종종 이율채(利率債)와 신용채로 구분하는데 이는 리스크 유무에 따른 분류방식이다. 이율채는 국채, 지방정부채, 중앙은행어음, 정책성 은행채로 신용위험이 없는 채권을 말한다.

이율채 코드의 이해

한국 채권시장과 마찬가지로 중국 채권시장에서도 통상 각각의 채권에 붙는 코드를 사용하여 거래하는데 중국채권은 6개의 숫자와 2개의 영문으로 구성된다.

총8자리 코드 중 앞에 2개는 발행년도, 3~4번째는 채권의 종류, 5~6번째는 발행회차를 맨 마지막 영문은 거래 시장을 말한다. 채권코드 160014, IB를 예를 들면 2016년에 14번째 발행되어 은행간 시장에서 유통되는 국채를 가리킨다(표 1 참조).

중국 채권의 종류별 특징

1. 국채: 중국채권 발행잔액의 약 20% 비중 차지하며 상업은행이 주요 투자자이다

- 현재 3년물과 7년물이 주류로 각각 25%, 21% 비중을 차지하고 있다. 주요 투자자인 상업은행이 6월 말 현재 국채발행 잔액의 약 66% 이상을 보유하고 있다.

2. 지방정부채: 대리발행 후 대리상환, 자체발행 후 대리상환의 흑역사가 존재한다

- 지방정부채 발행시작 후 발행량이 급속도로 증가하면서 1993년 지방정부의 채무상환 능력이 의심되자 국무원이 발행을 전면 금지시킨 후, 2009년 4월 금융위기 극복을 위해 중국 재정부가 2,000억 위안을 대리 발행하였다. 2011년에는 상해, 절강, 광둥, 심천을 발행거점으로 선정 후 상환 시 중국 재정부가 대리하기도 하였다. 2014년에 상기 4개 지역 외 북경 등 6개 지역을 추가하여 총 10개 지방정부가 발행 및 상환 가능하도록 법령을 정비한 후 지방정부에 대해 신용등급 평가를 시작하였다.

3. 정책성 은행채: 금융채로 규모가 가장 크고 유동성이 매우 좋다

- 중국의 정책성 은행은 국가개발은행, 수출입은행, 농업발전은행 3개이다. 발행설명서에

¹ 금융채는 정책성 은행채, 상업은행채, 보험회사채, 증권회사채 등이 있음

² 기업채는 국유기업이 발행하며 산업채와 도시투자채로 구분

³ 회사채는 거래소 시장에서 PPN, MTN, CP는 은행간 시장에서 각각 거래된다

해당 은행의 자금부족 또는 재무 결손시 인민은행 또는 중국 재정부가 지원한다고 명시하고 있어 정부보증채에 해당된다. 1994년 4월 국가개발은행이 최초로 발행한 이후 1999년 수출입은행, 2004년 농업발전은행이 발행을 시작하였다. 2011년 들어 발행 총규모가 국채를 앞질렀으며 현재 중국 채권시장에서 발행량과 발행잔액이 가장 많은 채권이다. 2016년 6월 현재 약 20.8%의 비중을 차지하며, 주요 투자자는 상업은행으로 최근 5년 평균 70%의 비중을 유지하고 있다.

4. 중앙은행 어음: 발행잔액이 매우 적다

• 인민은행이 시중의 통화량 조절 목적으로 은행간 시장에서 발행하는 단기채권으로 주로 3개월~3년 만기로 발행된다. 인민은행이 화폐정책 수단 방식을 일부 변경하면서 2011년에 1년물 발행을 중지하였고, 2013년에는 3개월물과 3년물 발행을 중지하였다.

5. 기업채: 도시투자채와 산업채로 분류되며 주요 투자자는 기금사이다

• 발행주체가 국유기업 및 비상장 회사로 2016년 6월 말 현재 전체의 5.7%의 비중을 차

지하고 있다. 발행기업 속성에 따라 중앙기업 발행채와 지방기업 발행채로 구분되었다가, 2008년 이후 지방정부의 융자 플랫폼이 급속도로 성장하면서 해당 회사가 발행한 채권이 도시투자채로 불리운다. 그 나머지 기업채는 자금속성이 주로 각 산업생산 활동 지원에 맞춰져 있다고 해서 산업채로 불리우게 되었다. 2014년 9월 국무원에서 정부가 직간접적으로 융자 플랫폼 회사에 담보를 제공하지 못하게 함으로써 도시투자채 성격도 차츰 변화하게 되었다. 주요투자자는 기금사이다.

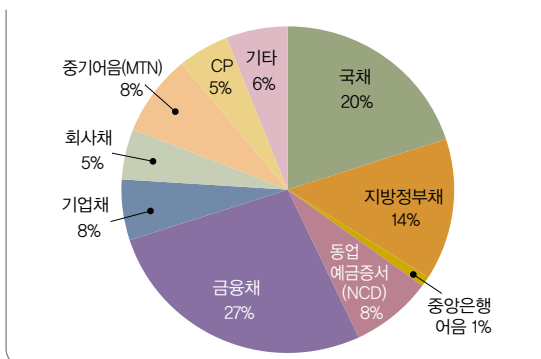
6. 회사채: 공모형과 사모형이 있다

• 유한공사 또는 주식형 유한공사가 발행한 채권으로 공모형과 사모형으로 나뉜다. 발행주체는 주로 지방 국유기업 및 비상장회사이다. 거래장소는 대부분 심천거래소에서 거래되며, 2016년 6월 발행잔액 약 3조 위안으로 5.41%의 비중을 차지하고 있다.

중국의 채권시장 개방 현황

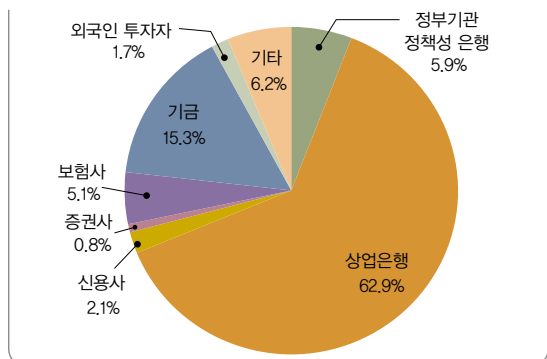
중국의 채권시장 개방 현황과 의의를 정리해보면 다음과 같다.

〈그림 1〉 채권종류별 발행 잔액



자료: WIND

〈그림 2〉 투자자별 채권 보유 비중



자료: China Bond

1. 은행간 채권시장 최근 개방 현황

(1) 해외 중앙은행 및 일부 위안화 결제은행들에 대해 참여 허용 (2010. 8월)

(2) RQFII 취득 기관 참가 허용 (2011. 12월), QFII 취득 기관 참가 허용 (2013. 3월)

(3) 해외 중앙은행, 국부펀드, 국제기구에 대한 투자한도 등을 폐지 (2015. 7월)

(4) 은행간 채권시장에 참여하는 외국인 투자자들의 투자한도 폐지 (2016. 2월)

2. 중국 채권시장 개방 확대의 배경 및 의의

• 회사채 발행을 통한 기업들의 자금조달 유도하고 채권시장 개방 통해 외국인 투자자들의 역내 회사채 발행 투자 확대로 건전한 구조조정을 도모하려 한다. 중국 기업들의 자금조달 방식이 여전히 은행 차입위주(약 67%)인 상황에서 최근 기업들의 부실이 은행의 건전성을 악화시킬 우려가 있다.

• 경기진작 및 시장 발전을 위해 국채의 발행 증가가 불가피한 가운데 늘어난 발행물량을 외국인 투자한도 폐지를 통해 조달비용 증가 없이 원활히 소화하고자 한다.

• 주식시장 불안에 따른 자본시장 개방속도가 지연될 것이라는 우려감을 낮추고 위안화의 국제적 사용도를 높여 위안화 국제화 추진 의지를 재표명한다.

• 중국은 채권시장 개방을 통해 발행비용을 낮출 수 있고, 외국인 투자자는 전세계 저금리 환경하에서 상대적으로 고금리 채권투자 기회를 얻을 수 있다.

국내 투자자들의 중국 채권 투자시 고려 요인

인민은행장이 2020년까지 채권 발행잔액을

GDP 대비 100% 수준까지 증가시킬 계획이라고 발표하는 등 중국 채권시장은 향후 높은 성장세가 예상된다. 현시점에서 국내 투자자들이 중국 채권시장에 투자할 때 고려할 요인들을 긍정적 요인들(1~4)과 부정적 요인들(5~7)로 나눠서 정리해 보았다.

1. 한국 국채 대비 상대적으로 높은 수익률

향후 통화정책 방향 측면에서 현재 한국과 중국이 처한 환경은 어느 정도 비슷하다. 한국도 경기진작을 위해 추가 금리인하 시기를 저울질하고 있고 중국도 자본유출 우려로 금리인하를 망설일 뿐 똑같이 그 시기에 대해 고민 중이다.

2. 저점 수준에 돌입한 원/위안 환율

위안화 약세심리가 지속되는 가운데 원화는 한국에 대한 국제 사회의 긍정적 시각에 따라 강세를 보이면서 CNY/KRW 환율이 최근 들어 가장 낮게 형성되고 있다. 위안화의 단기적 약세 시각을 부인하기는 어려우나, 2016년 10월 위안화의 SDR 가입을 계기로 위안화 국제화가 진전되면 중장기적 위안화 강세 가능성도 높다. 장기투자자 경우 중국채권 투자시 이자수익 외 환차익 가능성도 높아 보인다.

3. 지속적인 채권시장 개방으로 외국인 투자자를 포함한 새로운 매수세력 등장

채권시장 개방으로 외국인 투자자들이 중국 역내 채권시장에 본격 진입할 경우 한국시장에서 그러하였듯이 중국 채권금리가 한 단계 레벨다운 할 수 있다.

4. 인민은행의 통화정책 수단 다양화 및 정교화 추진으로 자금시장 지속 안정세

2013년 이후 인민은행은 SLO(단기 유동성 조

작), SLF(상설자금 편의지원), MLF(중기자금 편의지원), PSL(담보보충 대출지원) 등을 도입하면서 과거 기준금리 및 기준을 조정 방식에서 탈피하였다. 통화조절 수단을 다양화하고 정교화하면서 일시적 자금경색 같은 노이즈 현상이 더 이상 나타나지 않고 있다. 이러한 단기자금 시장안정은 채권투자자에게 매우 좋은 환경을 제공함에 틀림 없다.

5. 신뢰성 떨어지는 중국 채권 신용등급

중국에는 성신국제, 대공국제, 연합자신 등 3개 대형 신평사가 있는 데 문제는 이들의 신용평가 등급이 국내외적으로 큰 신임을 얻지 못하고 있다는 것이다. 그 이유는 중국 내 채권의 90%이상이 AA(포함)이상으로 해당 신평사들의 기업 평가방식의 신뢰성에 충분히 의문을 던질 수 있기 때문이다. 참고로 최근에 회사채 디폴트 문제가 발생했던 기업들의 상당수가 발행 당시 AA등급 이상이였다.

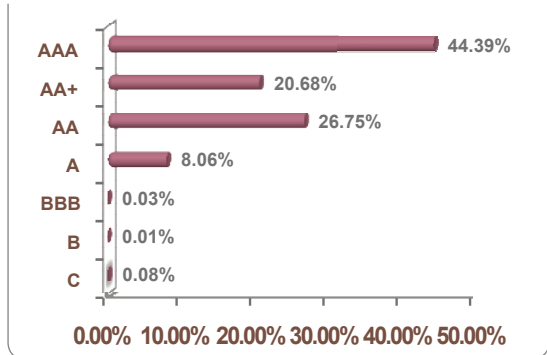
6. 만연해 있는 높은 레버리지 채권투자 성향

최근 지속적인 금리인하 과정을 거치면서 많은 중국기관들이 레버리지를 통해 채권을 매입해 왔다. 레버리지 투자란 채권을 담보로 단기차입한 후 채권을 재매입하는 것으로 그 비율에 대한 시장의 공식적인 데이터는 없으나 통상 1.5 정도로 보고 있다. 레버리지 1.5는 현금 100원으로 채권 250원을 사는 것을 의미하며 부족한 150원만큼을 단기차입을 통해 보충하는 것이다. 높은 레버리지 비율은 단기 자금시장 경색 시 채권금리를 상승시킬 수 있다.

7. 하반기 미국 금리 인상 가능성에 따른 글로벌 채권 약세 돌입

사실 미국의 금리인상 이슈는 전반적인 채권

〈그림 3〉 인민폐채권 신용평가 분포



자료: 중국결산공사

시장 약세요인으로 국내 투자자들이 중국 채권 투자시에만 고려할 사항은 아닐 수 있다. 단기적으로 중국도 미국과 다른 통화정책 경로를 갈 수 있기 때문이다.

국내 채권 투자자 입장에서 중국 채권시장 투자를 고려할 사항을 7가지 측면에서 언급해 보았다. 긍정적 요인과 부정적 요인이 모두 존재하나, 최근의 중국 채권시장을 둘러싼 환경의 변화를 감안할 때 중국 채권시장은 국내 투자자들에게 한국 채권시장보다는 더 많은 기회를 제공할 것이다. 🌐



신한은행(중국)유한공사



신한은행(중국)유한공사는 신한은행이 1994년 천진분행 개점으로 지점 형태로 중국에 첫 진출한 이래, 중국의 발전 잠재력과 한중 교류 확대에 대한 확신을 가지고, 2008년 법인 전환하여 설립한 신한은행 100% 현지법인이다. 법인 전환 후, 직불카드 등 리테일 업무 확대, 인터넷뱅킹 및 CMS 등 비대면 채널 강화, 현지 고객 확대 등 현지화 지속 추진 등을 통해 매년 안정적인 성장을 거듭하며, 중국 내 외국계 리딩뱅크로 도약을 준비하고 있다.

핀테크와의 협업으로 리테일금융 확대에 나선 필리핀 은행들



신정빈 선임연구원
미래연구팀
sjb97@shinhan.com

필리핀은 물리적인 네트워크 접근성 및 인프라 부족 등으로 리테일 금융의 비중이 비교적 낮은 편이다. 필리핀 정부는 핀테크를 이용한 금융포용 정책을 적극적으로 추진하고 있고, 그 결과 빅데이터 활용 신용평가 알고리즘, 비트코인 기반 이체·지급결제 서비스, 디지털 플랫폼 등의 분야가 성장하고 있다. 이에 2~3년 전부터 필리핀 은행들은 핀테크와의 협업을 통해 리테일 금융을 확대해 나가고 있으며 최근에는 협업의 분야와 형태가 보다 다양화되고 있다.

필리핀 리테일 고객의 금융 접근성 제고로 주목 받는 핀테크

필리핀은 리테일 고객들의 물리적 금융 네트워크 접근성이 낮을 뿐 아니라 신용평가를 위한 인프라의 부족 등으로 은행의 리테일금융 비중이 비교적 낮은 상황이다.

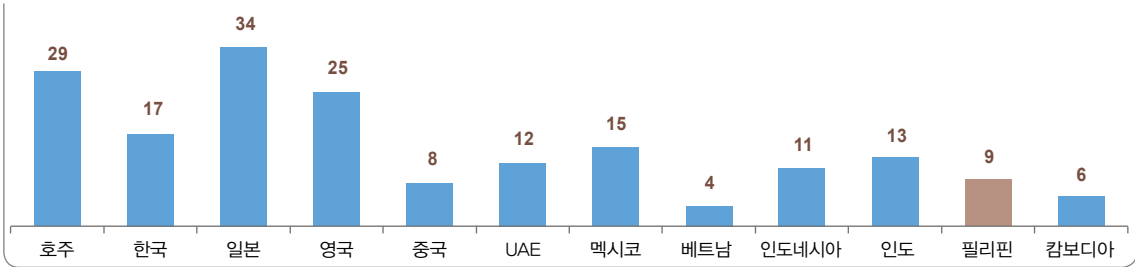
필리핀은 계좌 개설에 필요한 범용 국가 ID의 부재, 영업점 및 ATM의 부족, 대형은행들의 소극적인 마케팅 등으로 개인의 은행계좌 보유율 26.6%, 성인의 대출보유 비중 11%, 대형은행들의 총 대출 중 개인대출 비중도 16.7%에 불과하다. 그리고 필리핀 정부가 2008년 신용정보회사(CIC, Credit Information Company)를 설립하

였으나, 필리핀의 CB(Credit Bureau) 커버리지는 2015년 말 기준 14%로 세계 평균인 29.6% 보다 훨씬 더 낮은 수준이다.

핀테크 부문에서는 정부의 금융포용 정책에 힘입어 e-Money 분야를 중심으로 성장하다가 비트코인 기반 이체·지급결제 서비스, 빅데이터 활용 신용평가 알고리즘, 디지털 플랫폼 등의 다른 분야로 성장세가 확대되고 있다.

e-Money 기반 지급결제 분야는 2016년 시장 규모 49억 달러, 사용자 1,100만 명으로 가장 발달되어 있으며, e-Money를 제외한 타분야 역시 아직 절대적인 시장규모는 매우 영세하지만

〈표 1〉 인구 10만명 당 지점수



자료: World Bank (2014)

연평균 성장률 21%를 기록하는 등 빠르게 성장하고 있는 중이다.

이에 필리핀 은행들이 2~3년전부터 e-Money, 비트코인 관련 핀테크 등과 적극적으로 협업을 시도함으로써 가시적인 성과를 거두고 있으며, 최근에는 은행과 핀테크간 협업의 분야와 형태가 보다 다양화되면서 협업의 지평이 확대되고 있다.

필리핀 은행과 핀테크간 주요 협업 성공사례

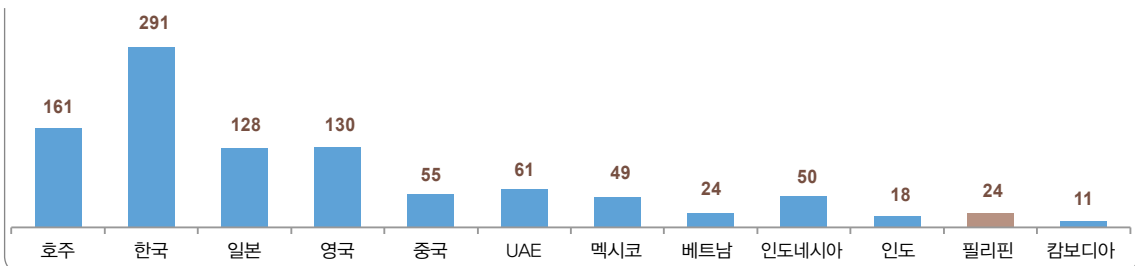
(모바일 기반의 높은 접근성): Landbank(5위 규모)와 핀테크 업체 Smart e-Money간 제휴로 개발된 'Landbank Mobile Loan Saver(LMLS)' 프로그램은 시·공을 초월한 채널 접근성과 빠르고 편리한 대출실행 등을 통해 리테일 고객에 어필하고 있다.

Smart e-Money는 이동통신사업자 Smart의 자회사로 모바일 e-Money를 이용한 이체, 지급결제, 휴대폰 충전, 해외송금 서비스를 제공하며 9,000개의 제휴은행 ATM과 5,000개 이상의 캐쉬 픽업센터를 보유하고 있다.

LMLS를 통해 Landbank는 Smart e-Money 가입자들이 휴대폰 텍스트 메시지만으로 연중 무휴(24/7) 대출신청이 가능하도록 하고 있다. 2014년 공무원 급여생활자 대상 대출로 시작한 LMLS는 2016년 3월 말 현재 15억 달러 가량의 대출을 취급하였다.

(송금시간과 비용절감): 해외송금 유입액이 GDP의 10%에 달하는 필리핀에서는 비트코인을 이용한 송금시간 및 수수료 절감 효과에 주목한 은행들과 비트코인 업체간 협업이 늘어나

〈표 2〉 인구 10만명 당 ATM수



자료: World Bank (2014)

고 있다.

핀테크 SCI(서비스명: Rebit)와 Coins.ph는 2014년 비트코인 기반 이체 및 송금서비스를 론칭했다. 동 서비스는 평균 5일 정도 소요되던 은행 송금과 달리 즉시 송금이 가능하며 전통적인 송금방식과 비교할 때 50% 가량의 비용절감 효과가 있는 것으로 알려져 고객들의 호응을 얻고 있다.

이에 China Bank, MayBank, BPI은행 등이 비트코인 사용자의 은행 고객화와 당행 고객들의 송금편의성 제고를 위해 핀테크와 협업을 실시하고 있다. 이를 통해 비트코인 사용자들은 현금 인출시 지점, ATM, 캐쉬 픽업센터 등 은행 네트워크를 이용할 수 있게 되었다. 특히 Security Bank의 경우 가장 적극적인 협업을 도모하고 있는데, 향후 제휴의 범위를 신용카드 지급결제, 보험 및 연금지급 분야로 더욱 확대해 나갈 예정이라고 밝히고 있다.

(광대한 비금융정보 기반 신용평가): 필리핀 지방은행 및 저축은행은 SNS의 대량 데이터를 이

〈그림 1〉 SCI의 Rebit 서비스



자료: SCI 홈페이지

용한 고객 신용평가 체계와 마케팅 알고리즘을 구축한 핀테크 Lenddo와의 협업을 통해 자신들의 부족한 개인고객 대상 신용평가 체계를 보완하고 있다.

Lenddo는 페이스북, 트위터, 링크드인, 구글 등 SNS 데이터로부터 대출 신청자의 인맥, 인터넷 이용행태, 가입 신청서 상의 철자법 오류 등 관련 데이터를 추출·분석해 개인별 상환능력, 상환의지 등을 평가하는 핀테크이다. Lenddo는 2012년 출범 초기에는 대출도 직접

〈그림 2〉 비금융정보를 활용한 Lenddo의 신용평가



자료: Lenddo 홈페이지

제공했으나, 지난해부터 대출을 중단하고 신용평가 및 마케팅 알고리즘 판매에 집중하고 있다.

필리핀 최초 모바일 기반 인터넷전문은행인 BanKO('09년 출범)는 주로 기존에 은행거래가 없던 금융소외계층 대상 소액대출에 Lenddo가 제공하는 신용평가 알고리즘을 활용하고 있는데, Lenddo의 신용평가를 활용한 소액대출의 상환율은 약 98% 가량에 달한다.

(원스톱 대출검색과 실행): China Bank Savings(CBS), Union Bank, Philippines National Bank(PNB) 등 25개 은행들은 올해 초부터 핀테크 Voyager Innovations와 제휴해 디지털 대출 플랫폼을 활용한 대출상품 판매 확대에 나서고 있다.

Voyager Innovations는 통신사 PLDT의 자회사로, 온라인상에서 플랫폼 참여 은행들의 대출 상품을 구매할 수 있게 하는 디지털 대출 플랫폼인 Lendr를 개발하였다.

Lendr를 통해 고객들은 각 은행들의 대출 상품을 비교·분석·실행까지 원스톱으로 처리할 수 있다. 대출진행 상황을 SMS로 즉각 전송받고 월상환 내역, 대출잔액 등을 바로 확인할 수 있어 고객들이 편리하게 이용할 수 있다. 현재 CBS는 Lendr를 통해 자동차론, Union Bank는 셀러리론, 자동차론, 주택대출, 신용대출, PNB는 연금대출 등의 대출 상품을 제공하고 있다.

시사점

필리핀에 진출한 국내 은행들도 현지영업 확대를 추진함에 있어 핀테크와의 협업을 적극 모색해 볼 필요가 있다.

지난달 다음카카오의 계열사 K-Venture가 필리핀의 비트코인 관련 핀테크인 SCI의 지분 40%를 인수해 최대주주가 되었다. 따라서 국내 핀테크와 필리핀에서의 협업 가능성도 열려있는 만큼 이 점도 적극 고려해볼 필요가 있다.🌐

〈그림 3〉 Lendr의 디지털 기반 원스톱 대출 프로세스



자료: Lendr 홈페이지



주요국의 통화완화 확대 vs. 미국의 금리인상 가능성 재부각



◆ 영국 및 일본 등 주요국이 통화완화 정책을 확대하고 있으나, 미국은 연준 주요 인사들의 잇단 매파적인 발언으로 연내 기준금리 인상 가능성이 재부각

◆ (영국 BOE 통화완화 확대) 8월 BOE는 기준금리를 0.5% → 0.25%로 인하하고, 국채를 대상으로 한 양적완화 한도를 600억 파운드 추가 확대(기존 3,750억 파운드 → 4,350억 파운드). 또한, 100억 파운드 규모의 회사채 매입 프로그램을 18개월 동안 시행하고, 은행의 대출재원을 저금리로 제공하는 신규 TFS(Term Funding Scheme) 제도를 도입

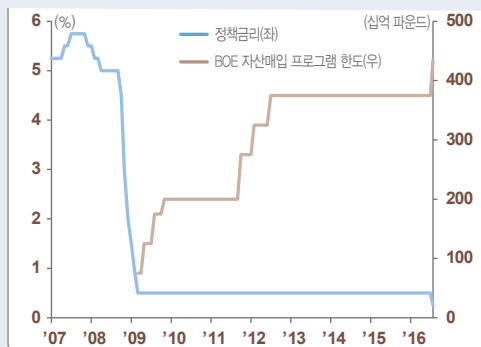
– (시장 평가) 당초 예상을 상회하는 BOE의 통화완화 규모 및 추가 완화조치에 대한 기대로 정책 발표 직후 글로벌 금융시장은 개선되는 모습. 다만, 현재 영국 은행권의 유동성이 풍부하고 저금리 기조가 장기화되고 있는 점 등을 고려하면, 이번 BOE의 통화정책 효과가 제한적일 것이라는 의견도 제기

◆ (일본 BOJ 통화완화 정책) 연간 80조 엔인 장기국채 매입 규모 등은 현행 수준을 유지하되, ETF의 연간 매입액을 기존 3.3조 엔 → 6조 엔으로 증액하고 금융기관을 통해 기업의 해외진출을 지원하는 대출기금 규모를 기존 120억 달러 → 240억 달러로 확대. 다만, 이번 완화정책 규모가 시장 기대에 못 미치면서 추가 통화완화 정책에 대한 기대감이 상존

◆ (美 금리인상 가능성 재부각) 최근 Fischer 부의장 및 Dudley 뉴욕 연은 총재 등 주요 연준 인사들이 조기 금리인상을 지지하는 등 잇따라 매파적인 발언으로 미국의 연내 기준금리 인상 가능성이 재부각

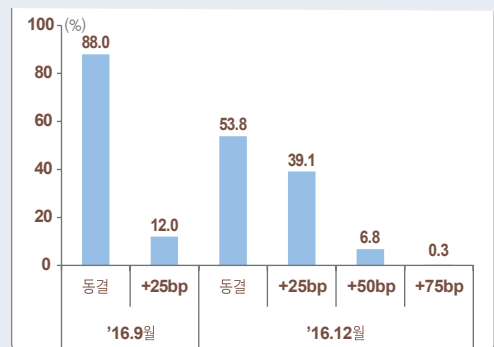
– (전망) 향후 연준이 신중한 행보를 지속할 것으로 예상되나, 시장에서 예상하는 연내 금리인상 가능성이 여전히 40%대 수준에 머물고 있는 점을 감안하면, 연준의 금리인상 확률을 과소평가하고 있을 가능성에 유의할 필요

BOE의 정책금리 및 자산매입프로그램 한도



자료: Bloomberg

CME의 美 기준금리 인상 확률 추정



자료: CME(8.18일 기준)



글로벌 금융 통계

구분			2014년	2015년	2016년			
					5월	6월	7월	8.23일
주요 금리 (%)	미국	국채(10년)	2.171	2.269	1.846	1.470	1.453	1.546
	유로존	獨 국채(10년)	0.541	0.629	0.139	-0.130	-0.119	-0.095
	일본	국채(10년)	0.329	0.267	-0.105	-0.217	-0.190	-0.080
	중국	국채(10년)	3.63	2.86	2.97	2.86	2.80	2.74
주가	S&P 500		2,059	2,044	2,097	2,099	2,174	2,187
	EURO STOXX 50		3,146	3,268	3,063	2,865	2,991	2,994
	NIKKEI 225		17,451	19,034	17,235	15,576	16,569	16,497
	상해종합		3,235	3,539	2,917	2,930	2,979	3,090
환율	달러인덱스		90.3	98.6	95.0	96.1	95.5	94.5
	달러/유로		1.210	1.086	1.113	1.111	1.117	1.131
	엔/달러		119.8	120.2	110.7	103.2	102.1	100.2
	위안/달러		6.21	6.49	6.59	6.65	6.64	6.64

자료: Bloomberg



국내 경제 및 금융 통계

구분		2014년	2015년	2016년			
				5월	6월	7월	8.23일
주요 경제 지표	GDP(기중, YoY%)	3.3	2.6	-	3.2	-	-
	제조업생산(기중, YoY%)	0.3	-0.6	4.8	1.1	-	-
	수출(기중, YoY%)	2.3	-8.0	-6.1	-2.9	-10.3	-
	경기선행지수 순환변동치	100.2	100.8	100.4	100.3	-	-
	소비자물가(기중, YoY%)	1.3	0.7	0.8	0.8	0.7	-
주요 금리 (%)	기준금리	2.00	1.50	1.50	1.25	1.25	1.25
	국고채(3년)	2.098	1.662	1.496	1.247	1.216	1.228
	CD(91일)	2.13	1.67	1.56	1.37	1.36	1.34
	회사채(3년, AA-)	2.434	2.113	1.949	1.689	1.642	1.632
증시	KOSPI	1,916	1,961	1,983	1,970	2,016	2,050
	KOSDAQ	543	682	698	675	706	687
환율	원/달러	1,099	1,173	1,192	1,152	1,120	1,116
	원/100엔	912	974	1,071	1,122	1,081	1,114
	원/위안	176	178	181	173	168	168

자료: 기말 기준, 한국은행/통계청/Bloomberg

은퇴. 직장인들이 진정 궁금해하고 걱정하는 것은 무엇일까?



최재산 차장
은퇴 설계 컨설팅 · 교육
신한은행 미래설계센터

은퇴설계와 관련된 강의 내용들을 살펴보면, 막연한 불안감을 조성하여 연금상품 가입을 유도하거나, 그냥 쉽게 듣고 잊어버릴만한 이야기들로 채워지는 경우가 대부분이다. 은퇴컨설팅은 조각조각 흩어진 지식들의 습득보다는 종합적인 큰 그림을 그리면서 접근하는 것이 바람직하다. 먼저 무엇을, 누구와, 어디서, 어떻게 살 것인가 등과 같은 비재무적인 내용들을 살펴보고, 이러한 것을 충족시키기 위해 얼마나 돈이 필요할 지 재무적인 계획을 설계하는 것이 중요하다 하겠다. 그럼 이제부터 은퇴설계와 관련하여 꼭 생각해 볼만한 주제에 대해 살펴보자.

은퇴를 바라보는 상반된 시각

몇 년간 지속된 살인적인 주거비 상승은 각 개인의 삶의 주거지를 바꿀 정도로 심각한 영향을 주고 있다. 자녀 교육비, 저금리 등 가계에 부담이 큰 경제상황에서 ‘은퇴’라는 단어는 많은 사람들에게 막연한 걱정거리를 제공하고 있다. 이런 가운데 인구의 큰 비중을 차지하고 있는 베이비부머 세대(710만)의 은퇴가 서서히 지속적으로 진행되고, 국내외적 경제상황이 맞물리며, 구조조정, 임금피크제 등이 시행되어 각 기업의 퇴직예정자가 앞으로 더 늘어날 여지가 있어 사회적 고

민은 더욱 깊어지고 있는 상황이다.

그러나 은퇴를 이렇게 부정적으로만 생각하며 막연한 고민거리로 전락시키는 것만이 은퇴를 보는 시각의 전부는 아닐 것 같다. 쉽게 얘기해서 누구나 직장 생활을 하며 한 번쯤은 빨리 은퇴해 쉬고 싶다는 생각을 해 보았던 적이 있지 않은가? 물론 내가 얼마나 자산을 모을 수 있을 것인가에 대한 불안감은 있을 수 있겠지만 앞으로 남은 기간을 열심히 살다보면 어떻게 되지 않을까라는 기대, 그리고 은퇴자산을 많이 못 모으게 되더라도 그 자산에 맞춰 생활을 하면서

※ 본고의 내용은 집필자 개인의 견해이며 신한금융그룹 및 신한미래전략연구소의 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.

삶의 가치를 새롭게 정의하며 살아갈 수도 있는 부분이 있다. 그래서 언론기사에서 보듯이 그렇게 은퇴가 암울하지만은 않다.

실제 퇴직 예정 임직원분들을 대상으로 많은 은퇴설계 컨설팅 강의를 하면서 느낄 수 있었던 것은 대다수 분들이 은퇴(퇴직)에 대해 생각보다 그렇게 암울하게 생각하지 않는다는 것이다. 물론, 내가 모은 자산을 가지고 매월 소득을 얼마나 만들어 내게 될까, 은퇴 후 여유자금을 어디에 어떻게 투자를 할까 등 고민은 다양하고 많다. 그러나 기본적인 생활이 되지 않을 것을 걱정하시는 분들은 사실상 본 적이 없다. 많은 은퇴 관련 서적과 언론 매체에서 보듯이 은퇴준비가 안되어 있어 힘들게 살아야 하고, 미래 자체가 암울한 것처럼 묘사한 것들과는 상당한 차이가 있는 부분이다.

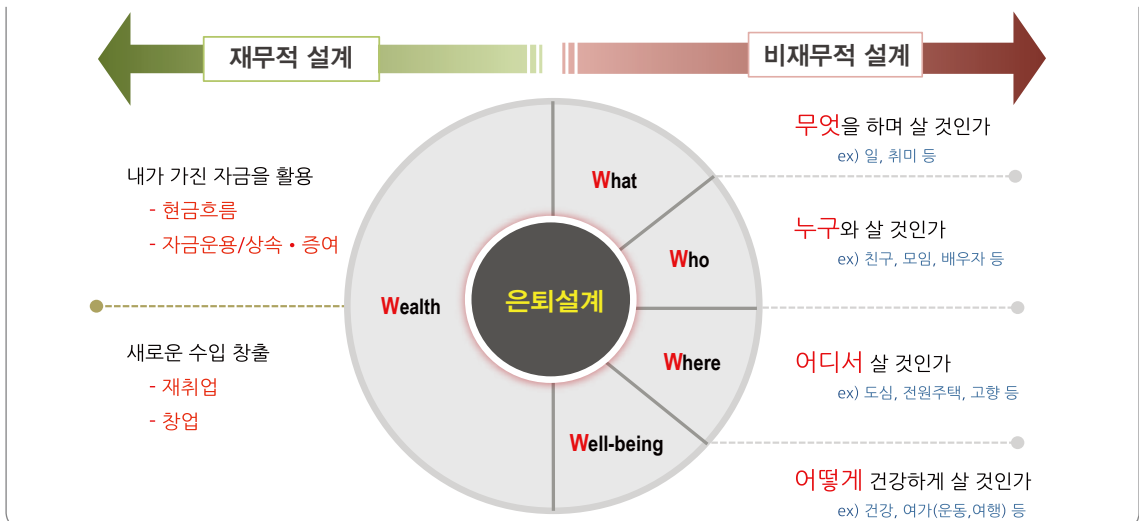
퇴직예정인 분들이 고민하는 부분은...

누구나 은퇴에 대해 견해를 얘기하라고 하면

이런 저런 얘기들을 쉽게 할 수 있다. 그만큼 은퇴란 단어가 우리에게 익숙할 정도로 각종 언론 매체 등을 통해 많이 접하고 있다. 그러나 주말에 시간적 여유를 두고 실제 나의 은퇴설계를 한번 계획하려고 하면 뭘부터 생각해야 할 지 막연할 것이다. 은퇴에 대해 조각 지식들은 많이 알지만 전체적으로 은퇴설계에 대해 큰 그림으로 접할 기회가 적기 때문이 아닐까 싶다.

신한은행에서 실시하고 있는 50대 임직원 대상 기업 은퇴컨설팅은 은퇴설계를 접근하는 큰 그림부터 시작하고 있다. 필자가 은퇴 강의를 하기 위해 시중에 많은 은퇴설계 관련 세미나, 교육에 참여도 하고 참가도 하였는데, 어떠한 은퇴설계 관련 강의를 들어도 주제들이 대부분 비슷하였으며, 오히려 종합적으로 큰 그림을 그려주기보다는 건강, 연금 등 테마별로 각각의 주제를 다루는 경우가 많았다. 결국 은퇴설계란 이런 내용들로 정리할 수 있었는데 <그림 1>과 같다.

<그림 1> 은퇴설계의 5W



결과적으로 은퇴설계는 돈과 상관 있는 '재무적 설계'와 돈문제와 상관없는 '비재무적 설계'로 크게 나눌 수 있다. 비재무적인 부분은 각자의 가치관에 따라 스스로 고민할 문제이며 재무적인 부분은 주변의 금융인의 도움을 받아 실제 어떤 상품이 얼마가 나오는지 구체적으로 알아보아야 할 것이다.

아주 단순하고 익숙한 내용이지만 자신의 은퇴설계에 대해 계획을 하고 싶다면 위와 같은 내용으로 하나씩 접근하기를 추천한다. 퇴직을 준비하는 직장인이라면 은퇴설계에 대해 한번쯤은 꼭 생각해볼 만한 사안이며, 각 주제에 대해 간략하게 소개하고자 한다.

먼저, 비재무적인 내용을 살펴보면

첫째, 무엇을 하며 살 것인가

직장생활을 열심히 하다가 은퇴를 하게 되면 무엇을 하고 지내야 할지 막막해 하는 사람들이 상당히 많이 있고, 상담요청도 많이 오는 편이다. 어떤 사람들은 소일거리를 잘 찾아 나날 삶의 가치를 느끼며 살아가는 사람도 있고 본인의 취미를 잘 살려서 매일 매일 바쁜 나날들을 보내는 사람도 많이 있다. 많은 방법이 있지만 이렇게 한번 생각해보자.

1) 내가 좋아하는 일은 원래 어떤 것이었을까? 죽기 전에 꼭 해보고 싶었던 일은?

난 원래 그림 그리는 일이 하고 싶었다, 합창단을 하고 싶었다. 등등

2) 어떤 것을 배워 볼까?

평소에 공부해보고 싶은 분야가 있다면 대학/대

학원에 입학하여 공부를 해볼까? 요리를 한번 배워볼까? 등등

3) 좋아하는 일이나 배울 일이 없다면 취미를 살려서 즐겁게 살아볼까?

골프나 테니스 등 평소 좋아하는 운동을 제대로 해서 대회에 한번 나가볼까? 등산 동호회, 음악 동호회 등등

둘째, 누구와 살 것인가

자기 주변 관계인들에 대해 천천히 정립해두자.

1) 배우자

연예 할 때는 참 서로 좋아하고 뜨거웠는데 결혼 후 자녀가 탄생하면서 많은 부분들이 자녀 위주로 생활을 하게 되고, 오랜 기간 사회생활을 하게 되면서 배우자와의 관계가 조금씩 소원해질 수도 있을 것이다. 문제는 은퇴 이후 집에 있게 되는 경우에 배우자와 갑자기 삼시세끼를 같이 먹으며 붙어사는 것에 대해 상당히 어색하고 힘들게 느끼는 사람들이 은근히 많다는 것이다. 실제 은퇴 후 배우자와의 어색함 때문에 고민상담을 신청하는 사례도 많다.

지금부터라도 배우자와 살아가는데 있어서 어색하지 않도록 각자에게 맞는 노하우를 찾아 관계를 개선해야 진정한 인생의 동반자로서 역할을 할 수 있을 것이다.

또 하나, 좀 어두운 얘기일 수도 있지만 이제는 부부 중 한 명이 잘못되었을 경우 사후관리에 대해 어느 정도 상의를 해야 한다. 부부 중 한 명이 갑자기 어떤 일이 발생했을 때 남은 한 명이 대처를 잘하지 못하여 고민하고 힘들어하는 사례

를 주변에서 쉽게 찾아 볼 수 있다. 지금까지는 서로의 비밀스런 부분이 있으면 그것을 오픈하지 않는 것이 결혼생활에 더 도움이 되는 부분이 있었을 경우도 있겠지만, 지금부터는 하루정도 편하게 서로가 오픈할 부분은 솔직하게 대화를 나누며, 남은 한 사람이 상황을 인지하지 못하여 고생하고 어려움에 처하지 않도록 상의하기를 바란다.

2) 자녀

상당수의 은퇴설계 강사들이 은퇴설계에 있어 자녀와의 관계가 제일 중요하다고 얘기한다. 그만큼 은퇴 후 자녀와의 관계 때문에 굉장히 힘들어 질 수 있다. 따라서 미리 미리 자녀들과 상의(?) 또는 각자 상황에 맞게 관계 정립을 해놓아야 할 것이다. 현 경제상황이 젊은이들이 살아가기에 녹록치 않은 면이 지속되고 있어 취업, 결혼 등을 포기하는 3포세대, 7포세대란 말이 유행하고 있다. 우리 예쁜 자녀가 말로만 듣던 켤거 루족이 될 수도 있다. 자녀의 결혼 등 자녀와의 관계, 특히 돈과 관련된 사안들은 명확히 정립하여 두자.

3) 친구, 모임

은퇴 이후 친구가 없으면 정말 상당히 외롭다. 평생의 동반자는 배우자이지만 그에 못지 않은 사람이 친구이며, 그런 친구가 있고 없고는 향후 실로 엄청나게 차이가 날 것이다. 다만, 그동안 사회생활을 하면서 방대하게 펼쳐진 인간관계들을 조금은 정리를 할 필요는 있다. 평생 함께할 친구들, 모임 등은 잘 유지하고 더욱 관계를 돈독히 해야 할 것이고, 오히려 돈만 쓰고 도움이

안되는 모임이나 사람들은 어느 정도 기준을 두고 정리하기를 추천드린다.

셋째, 어디서 살 것인가

한 리서치 기관의 설문조사를 보면, 서울에 살던 분들에게 은퇴 후 어디에서 살고 싶으시냐는 질문에 1등한 지역이 서울로 조사되었다 한다. 그것도 2등과 큰 표 차이로 말이다. 이는 대부분의 은퇴자분들이 그냥 살던 곳에서 살고 싶어한다는 현상을 반영하고 있으며, 그 이유는 삶의 주거지를 바꾼다는 것이 정말 쉽지 않기 때문이다.

다만, 사회생활을 하는 동안 자녀교육/사회적 지위/투자 등을 고려하여 다소 무리하게 비싼 집에서 살고 있었다면 앞으로 은퇴생활을 감안하여 그렇게 큰 집을 가지고 있을 이유가 적어질 수도 있을 것이다. 집을 활용하여 은퇴자산을 좀 더 늘리는 방법이 필요한 분들은 이에 대해 좀 더 고민해볼 필요가 있으며, 그 해결책으로 바로 집 다운사이징과 주택연금 활용을 들 수 있다.

현재의 집이 투자가치가 높다면 전세를 주고 다운사이징하여 집을 구하면 되겠지만, 향후 투자가치가 불분명하다면 이 기회에 매도를 하여 다운사이징 집 구매를 하고, 남은 잉여자금으로 은퇴자산으로 활용하면 좋을 것이다. (잉여자금으로 금융상품에 투자하던 수익형부동산을 구매하던 월 생활비를 좀 더 보완 할 수 있다)

추가적으로 고향에 내려가 전원생활을 할지, 시니어타운에 살지, 아니면 해외이민까지도 고려해야 할지 한 번쯤 은퇴설계 강의를 들으며 다양한 지식을 구비하기를 바란다.

넷째, 어떻게 건강하게 살 것인가

건강을 잃으면 모든 것을 잃는다는 것은 누구나 다 아는 사실이다. 각자 건강상의 문제가 있다면 잘 챙기면서 살아야 할 것이다. 많은 강의를 듣다 보니, 일상적으로 의사가 말하는 건강에 대한 내용보다는, 부부가 함께 할 수 있는 운동이나 취미가 있으면 건강하게 살 수 있다는 강의가 가장 맘에 와 닿았다.

이제 재무적인 내용을 알아보자

은퇴생활에 있어 돈이 전부는 아니지만 그래도 무엇보다 돈 문제의 기반이 갖춰져야 다른 것들을 생각해 볼 수 있음으로 은퇴 후 얼마의 생활비를 만들어 낼지에 대한 설계/계획이 무엇보다 중요하다 하겠다.

먼저, 은퇴 후 현금흐름(생활비)에 대한 설계가 우선이다. 자신이 원하는 만큼의 생활비가 갖춰졌다면 남은 잉여자금으로 운용을 잘 하여 상속이나 증여까지 고려하는 것이 재무적 설계의 핵심이다. 다만, 내가 원하는 만큼의 생활비가 갖춰지지 않았다면 재취업이나 창업을 생각해

아야 할 것이다.

첫째, 은퇴 후 현금흐름을 잘 설계해보자

〈표 1〉의 예상수령액을 은퇴시점에서 대략 예상할 수 있는 분이라면 은퇴설계는 끝이다.

은퇴가 얼마 남지 않은 직장인이자면, 어디에 투자할지, 수익률 높은 게 뭐 있는지 찾아다니고 고민하기 보다는, 내가 가입하고 있는 연금상품이 55세 이후 만기 시 연금으로 받을 수 있게 되는데, 그러면 얼마나 매월 받을 수 있는지, 몇 년간 받는 것으로 할 지 등을 정해야 할 것이다. 그러기 위해서는 얼마가 불입되어 있으면 얼마가 나오는구나 하는 기준을 알아야, 각자 상황에 맞춰 얼마의 현금흐름이 있을 지 알 수 있게 될 것이다. 필자가 하고 있는 신한은행의 퇴직예정 임직원 대상 기업 은퇴설계 강의는 이런 부분에 특화되어 있다. 각종 가입하고 있는 연금상품으로 얼마 정도를 받을 수 있는지, 그리고 수익형부동산이든 기타 금융상품이던 얼마를 가입하면 얼마를 받을 수 있을 것으로 예상하면 되는지를 알려준다.

〈표 1〉 현금흐름 상품 체크리스트

구분	종류	상품	예상수령액	내용
연금	공적연금	국민연금		- 만 18세 ~ 만 60세 미만 국민 가입 - 최소 가입기간 10년 채웠을 시 노령연금 수령
		직역연금		공무원연금 / 사학연금 / 군인연금 등
	퇴직연금	DB / DC / IRP		퇴직소득세 이연에 따른 추가수익 효과
	개인연금	연금저축		연금수령 시 3.3% ~ 5.5% 저율과세
		연금보험		비과세기준 충족 시 향후 연금 비과세수령
		즉시연금		상속/종신형 선택, 가입 후 바로 연금수령 가능
투자	주택연금	역모기지론		평생거주, 일정기간 또는 평생연금지급
		월지급 ELS		NO-KI, 지수형, 보수적 배리어구조
		기타		월지급 금융상품 및 수익형부동산

실제로 상담해 보면 내가 가입한 연금보험상품으로 얼마를 받게 될지 아는 사람들은 생각보다 정말 많지 않았다. 가장 기본적으로 꼭 알고 있어야 하는 내용인데도 말이다.

전반적인 은퇴설계는 연금보험 뿐 아니라 국민연금 등 공적연금부터 찬찬히 생각해 보아야 하며, <표 1>의 체크리스트 순서대로 파악하면 될 것이다. 예를 들어, 국민연금 가입자라면 국민연금은 얼마를 받게 될 것인지 찾아보고, 기본적으로 알고 있어야 할 국민연금의 주요 내용을 습득해야 할 것이다.

둘째, 내가 원하는 만큼의 생활비를 설계하고도 자산이 남는 분들은 잘 운용하면서 상속/증여를 고려해야 한다.

대체로 자산가 분들은 생활비에 대한 고민보다, 보유하고 있는 목돈을 어떻게 잘 투자하고 운용할 지, 그리고 어느 시점에 증여·상속을 해야 하는지, 상속세를 줄이려면 어떻게 해야 하는지를 고민해야 한다.

셋째, 내가 원하는 만큼의 생활비가 안된다면 재취업과 창업을 고려해야 한다.

은퇴자분들이 주로 하는 재취업과 창업에 대해서 다방면으로 알아본다. 소일거리로 하는 분과 정말 생활비 보완의 목적으로 알아볼 수 있다. 은퇴를 앞둔 시점에서 어떤 것들을 준비하면 되는 지에 대해 각자 고민하고 정보를 얻어야 할 것이다. 강의 시에는 여러 관련 전문가들과 상의하고 협의하는 내용들을 종합하여 참고가 될만한 내용을 소개하고 있다.

사실 은퇴설계와 관련된 컨설팅 및 강의는 넘



[은퇴 솔루션 강의를 하고 있는 최재산 차장]

칠 정도로 정말 많다. 국민연금과 같은 정부기관, 각종 컨설팅기관, 그리고 금융기관까지 다양하다. 그러나 실제 강의 내용들을 살펴보면, 미래가 암울하다는 각종 통계자료나 현상을 가지고 막연한 불안감을 조성하여, 결국엔 연금을 많이 준비해야 한다는 스토리로 연금상품 가입을 유도하는 것으로 끝나는 경우가 많다. 아니면 건강이나 부부생활로 엮어서 그냥 쉽게 듣고 잊어버릴만한 이야기들로만 채워지는 경우가 대부분이다. 더군다나 직장인들은 근무시간 상 이런 강의조차 접할 기회가 그나마도 상당히 제한적일 수밖에 없어 은퇴설계가 더 막연해지는 것 같다.

위의 내용들은 실제 2~3시간 정도 분량의 은퇴설계 컨설팅 강의 내용의 큰 줄거리를 정리한 것이다. 위의 내용대로 천천히 각자 상황에 맞춰 고민한다면 좀 더 현실적인 은퇴설계에 대해 접근할 수 있을 것으로 판단된다. 🌐



『SWIFT SCORE 서비스』

『SWIFT SCORE 서비스』

시행배경

- 글로벌기업 본사 차원의 자금통합관리 수요 확대
- 글로벌 자금통합관리 수단으로 SWIFT SCORE 서비스 니즈 증가
 - 표준화된 시스템으로 기업 ERP연계 및 높은 업무 확장성으로 전세계 1천여 기업 가입
 - 국내 글로벌기업 및 외투기업의 SWIFT SCORE 서비스 수요 대응

서비스 개요

- SWIFT SCORE(Standardized Corporate Environment) 플랫폼을 이용하여 글로벌기업의 자금관리를 지원하는 서비스
- 기업이 본사 · 해외법인(지사)의 보유 계좌에 대하여 거래내역, 잔액(MT940/MT941)을 직접 확인하고 자금이체(MT101) 가능
 - ☞ SCORE : 금융기관과 일반기업간 금융거래 메시지를 중개하는 SWIFT 플랫폼



MT101
MT300
MT940
MT941

MT101 : Request for Transfer (Payment)
MT300 : FX Dealing confirmation
MT940 : Account Transaction Statement
MT941 : Account Balance Report



『SWIFT SCORE 서비스』 이용 절차

1 SWIFT SCORE서비스 가입

- 회사가 SWIFT社와 SCORE 약정 체결 및 회원 가입
 - ▶ 문의 : SWIFT한국지사 (☎ 02-2076-8235, 8236)

2 SWIFT SCORE 시스템 구축

- SWIFT SCORE 이용환경 및 시스템 구축
 - ▶ SWIFT社 컨설팅 반영하여 구축

3 은행과 SWIFT SCORE 서비스 상담

- 은행과 SWIFT SCORE 서비스 업무처리에 필요한 절차 상담

4 SWIFT SCORE 개별업무 신청

- 은행에서 제공하는 SWIFT SCORE의 개별서비스 신청
 - ▶ MT101, MT940, FileAct 등 회사 니즈에 따라 서비스 신청

5 SWIFT SCORE 서비스 테스트

- 은행과 SWIFT SCORE 서비스를 제공받기 위한 RMA Key (인증Key) 교환 및 전문 발수신 테스트

6 SWIFT SCORE 서비스 이용 개시

- SWIFT SCORE 서비스 이용
 - ▶ SCORE 서비스 약정 및 수수료납부

『SWIFT SCORE 서비스』 내역

서비스 구분	내 용	비 고
자금이체	■ 본사(예금주)의 자금이체 SWIFT전문을 수신하여, 당 · 타행이체 및 해외송금을 처리하는 서비스 ■ 출금계좌의 현금화된 예금 잔액 범위(대출한도 포함)내에서 이체 처리가능 ■ 대량이체 지시가 접수된 경우, 출금가능 범위내에서 건별로 이체 실행 ■ 외국환거래법, 기타 법령 등에 따라 신고 · 확인이 필요한 경우, 서류제출을 통한 확인, 신고 완료후 실행 ■ 입출금계좌가 법적, 기타의 사유로 제한되는 경우, 이체 미실행 처리	FIN방식 : MT101 FileAct방식 : MX pain.001.001.03
거래내역 및 잔액통보	■ 약정된 계좌의 거래내역 및 잔액을 본사 및 제3자에게 통보하는 서비스 ■ 통보주기는 약정에 따라 일(Daily), 주(Weekly), 월(Monthly)단위별로 전송 - 일단위(Daily) : 거래내역 익영업일에 발송 (전일 거래내역) - 주단위(Weekly) : 거래내역 월요일에 발송 (전주 월요일 ~ 일요일 거래내역) - 월단위(Monthly) : 거래내역 매월1일 발송(전월 1일 ~ 말일 거래내역) 매월 1일이 일요일인 경우, 익영업일 발송	[거래내역&잔액통보] FIN방식 : MT940.941 FileAct방식 : MX camt.053.001.02 MX camt.052.001.02
기 타	■ 출금통보(MT900) ■ 입금통보(MT910) ■ FX Deal 처리결과 통보(MT300)	고객 니즈에 따른 맞춤형 구축

『SWIFT SCORE 서비스』 수수료

수수료 종류

서비스 수수료	거래방식			징수방법	산출기준
	FIN방식	FileAct방식	FIN+FileAct방식		
가입비(Set-up비용)	300,000원	300,000원	500,000원	선취	일회성
서비스 이용료	300,000원	300,000원	500,000원	익월 10일	월단위 징수

※ 월 서비스 이용료 외 자금이체(해외송금)시 발생하는 수수료는 별도 부과

수수료 징수방법

- 가입비(Set-up비용)는 서비스 약정시 선취로 일회성 징수
- 서비스 이용료는 매월 10일(휴일인 경우, 익영업일)에 지정된 수수료계좌에서 전월 이용료를 인출하며, 잔액부족으로 수수료 미인출시 인출완료시까지 매영업일에 해당계좌에서 계속 인출 시도
- 서비스 해지월의 이용수수료는 해지일까지 발생한 수수료를 일할 계산하여 징수

수수료관련 기타사항

- 이용수수료를 3개월이상 계속해서 미납하는 경우, 계약해지 가능

• 은행에 관한 모든 문의는 전국 어디서나 지역번호 없이 1577-8000, 1599-8000, 1544-8000